

ÁREA/ARLOA

Katherine Aracely Paucar Tenecela

**REDES DE MERCADEO Y RITUALES  
DE INTERACCIÓN**  
*La empresa 4Life Research*

**TFG/GBL 2017**



Facultad de Ciencias Humanas y Sociales  
Giza eta Gizarte Zientzien Fakultatea

**Grado en Sociología Aplicada**



# **Grado en Sociología Aplicada**

Trabajo Fin de Grado  
Gradu Bukaerako Lana

***REDES DE MERCADEO Y RITUALES DE  
INTERACCIÓN. La empresa 4Life Research***

Katherine Aracely Paucar Tenecela

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y SOCIALES  
GIZA ETA GIZARTE ZIENTZIEN FAKULTATEA

**UNIVERSIDAD PÚBLICA DE NAVARRA  
NAFARROAKO UNIBERTSITATE PUBLIKOA**



**Estudiante / Ikaslea**

Katherine Aracely Paucar Tenecela

**Título / Izenburua**

REDES DE MERCADEO Y RITUALES DE INTERACCIÓN. La empresa 4Life Research.

**Grado / Gradu**

Grado en Sociología Aplicada

**Centro / Ikastegia**

Facultad de Ciencias Humanas y Sociales / Giza eta Gizarte Zientzien Fakultatea  
Universidad Pública de Navarra / Nafarroako Unibertsitate Publikoa

**Director-a / Zuzendaria**

Ana Aliende Urtasun

**Departamento / Saila**

Departamento de Sociología

**Curso académico / Ikasturte akademikoa**

2016/2017

**Semestre / Seihilekoa**

Primavera / Udaberrik



## **Resumen**

Este trabajo fin de grado tiene como objetivo fundamental el estudio del funcionamiento de la organización International Networkers Team (INT), asociada a la empresa 4Life Research, con el fin de generar una oportunidad de negocio en la industria del Network Marketing. Para alcanzar este objetivo se han realizado, por un lado, cuatro entrevistas para contrastar y analizar las experiencias sobre el funcionamiento y la dinámica de esta asociación. La observación participante en una presentación del plan de oportunidad, ayuda a comprender la generación de rituales en la organización y, por otro lado se ha utilizado el material facilitado por la organización que permite un estudio de acciones, discurso y estrategias. Desde la Sociología se enriquece el estudio de las organizaciones, incorporando a la investigación el análisis de situaciones reales y mediadas socio-técnicamente. Rituales de interacción donde las acciones del sistema educativo se implementan en los hábitos de su vida cotidiana.

*Palabras clave:* Trabajo; organización; rituales de interacción; liderazgo; redes.

## **Abstract**

The main purpose of this essay is to show the functioning of International Networkers Team (INT) – a company linked to 4Life Research –, whose aim is to create a business opportunity in the Network Marketing's industry. In order to do so, I have made four interviews so as to analyze and contrast its functioning and dynamics. Also, I have done a participant observation of the opportunity plan, as it helps in the understanding of rituals' creation belonging to the organization. Furthermore, I have used the material given by the organization to study its actions, discourse and strategies. Sociology allows to enrich the investigation of organizations, adding the analysis of real and socio-technically mediated situations: interaction rituals where the actions of the educative system are implemented in the habits of their daily life.

*Keywords:* Work; organization; interaction rituals; leadership; networks.





## Índice

<b>Introducción y formulación del problema</b>	<b>1</b>
<b>1. Construcción del objeto</b>	<b>5</b>
1.1. Objeto de estudio	5
1.1.1. Objetivos	5
1.1.2. Preguntas de Investigación	5
1.2. Marco teórico	5
1.2.1. Generación de recursos, trabajo y redes	6
1.2.2. Liderazgo, cooperación en el trabajo y rituales de interacción	9
1.2.3. El caso particular del Network Marketing	14
1.2.3.1. La empresa 4Life Research	14
1.2.3.2. El ciclo del Momentun y el Plan de Oportunidad	19
<b>3. Diseño metodológico</b>	<b>24</b>
<b>4. Presentación y discusión de resultados</b>	<b>26</b>
4.1. Actores y estrategias	26
4.2. Organizaciones y rituales	28
4.3. Dinámica de la INT: transformación personal y liderazgo	30
4.4. Distribución en red y plan de compensación	38
<b>Conclusiones y cuestiones abiertas</b>	<b>55</b>
<b>Referencias</b>	<b>57</b>
<b>Anexos</b>	<b>58</b>
<b>Anexo I</b>	<b>58</b>
<b>Anexo II</b>	<b>62</b>
<b>Anexo III</b>	<b>65</b>
<b>Anexo IV</b>	<b>79</b>
<b>Anexo V</b>	<b>88</b>
<b>Anexo VI</b>	<b>104</b>
<b>Anexo VII</b>	<b>115</b>



## **Introducción y formulación del problema**

En el presente trabajo fin de grado se analiza desde una perspectiva sociológica la organización Internacional Networkers Team (INT) junto a la empresa 4Life Research, que basa su gestión en redes de mercado (Network Marketing). El estudio se sustancia en dos claves: por un lado, los miembros de la organización INT son socios y distribuidores de la empresa 4Life Research, por otro lado, esta oportunidad de negocio obliga a una serie de cambios en sus vidas. Este tipo de empresas han llamado la atención a la opinión pública y son controversia por el producto, o servicio, que ofrecen y por la forma de comercialización en red que realizan.

Dado el gran número de empresas que utilizan este modelo de distribución, el Network Marketing es una industria que mueve una importante cantidad de dinero, sobre todo en América del Norte y Sur. En la comercialización tradicional el producto que sale de fábrica pasa por unos intermediarios hasta llegar al consumidor, el consumidor está fuera de la estructura empresarial, únicamente consume el producto y no es participe de los beneficios. Sin embargo, en las redes de mercadeo surgidas a finales del siglo XX, el consumidor se incorpora a la estructura de distribución y es beneficiado por ella.

Otra cuestión a destacar es la publicidad. En el modelo tradicional se incita a la población a consumir, mientras que el segundo, la publicidad la realizan los mismos consumidores, recomendando el producto o servicio y la oportunidad de negocio. Una botella de Coca Cola puede servir de ejemplo; la botella sale de la fábrica, pasa por unos intermediarios, como pueden ser los creadores de sus campañas publicitarias en época navideña, hasta llegar al consumidor que pagará el precio del producto dónde la compre. Si se emplea una red de mercadeo, la botella sería comprada a través de un código que permite al consumidor ser socio de la compañía, es decir, la compra directamente de fábrica para su propio consumo y la compañía le paga según su plan de compensación y sus bonos rápidos.

Lo característico de las empresas en red de mercadeo es que el producto pasa directamente de la fábrica al consumidor, eliminando intermediarios (publicidad, mayoristas, etc.) de forma que el consumidor podrá ser socio de la empresa con el fin

de ser un empresario y acceder a los beneficios de las ventas que hace la fábrica, fundamentalmente, a través del ingreso o bono residual con el plan de compensación que tiene la compañía. A modo de ejemplo, en este proyecto fin de grado, centraremos nuestra atención en la empresa 4Life Research, que cuenta con una fábrica propia y un equipo de trabajo compuesto por sus distribuidores.

La compañía 4Life Research es una multinacional ubicada en Utah, Estados Unidos, y dispone de oficinas en diferentes países. Desarrolla suplementos alimenticios para un bienestar general y la transformación del cuerpo, con el objetivo de conseguir un estilo de vida saludable. Por lo tanto, es importante distinguir que 4Life Research es la plataforma que maneja la innovación de los productos y las estrategias para que los negocios de sus distribuidores crezcan con mayor rapidez, y la organización Internacional Networkers Team (INT) es un grupo independiente que, asociado a 4Life Research, desarrolla el liderazgo empresarial de los distribuidores de 4Life.

La asociación de INT con la empresa estadounidense permite que una persona acceda a una oportunidad de negocio y se convierta en, lo que denominan, un empresario del siglo XXI, adaptado a la globalización desde la perspectiva de un negocio en red que emerge y crece de la mano de las nuevas tecnologías. Además, para desarrollar un negocio de este tipo, no solo se trata de la venta de un producto o servicio, sino que es necesario tener una actitud de líder. Un empresario de redes precisa desarrollar ciertas capacidades de liderazgo que contribuyan a generar confianza en otros que, a su vez, se incorporan a la red. Esto implica un proceso de “transformación personal”, de cambio de valores y hábitos de vida.

La literatura especializada sobre Network Marketing y emprendimiento, se enfoca en muchas ocasiones en el desarrollo de este liderazgo. Desde el ámbito académico, el tema se aborda desde la Economía y, Administración y Gestión de Empresas, de ahí que resulte interesante enriquecer el marco de estudio incorporando desde la Sociología -a nivel institucional y organizacional- los rituales de interacción social y sus efectos perdurables a través de redes sociales y a nivel individual. La aplicación de una metodología cualitativa ayuda a comprender y explicar el proceso de este modelo de comercialización y de las redes sociales que emergen. Un enfoque interdisciplinario

quizá sería lo más adecuado y necesario, buscando una explicación más detallada de los rituales grupales que acontecen en el Network Marketing.

Desde la Sociología el estudio requiere un acercamiento a las situaciones reales y mediadas socio-técnicamente. Rituales de interacción donde las acciones del sistema educativo se implementan en los hábitos y rutinas de su vida diaria, creando nuevas lealtades al equipo que ofrece apoyo y conocimiento. El resultado de este proceso formativo se expande a todos los ámbitos de su vida conformando relaciones de confianza y lealtad.



## 1. CONSTRUCCIÓN DEL OBJETO

### 1.1 Objeto de estudio

#### 1.1.1 Objetivos

El objetivo general es analizar el funcionamiento de la organización Internacional Networkers Team (INT) asociada a la empresa 4Life Research.

Este objetivo general se puede concretar en otros más específicos:

1. Describir la estructura y funcionamiento de la empresa 4Life Research.
2. Presentar los productos del catálogo de España de 4Life Research.
3. Analizar la estructura de la Internacional Networkers Team, siendo sus miembros distribuidores de 4Life Research.
4. Estudiar el plan de compensación y el ingreso o bono residual.
5. Analizar cómo se construye el liderazgo.
6. Detectar qué tipo de trabajo se genera y percibir si hay un cambio en la conciencia de trabajo con respecto a la época industrial.
7. Averiguar el perfil de los líderes/distribuidores.

#### 1.1.2. Preguntas de investigación

La consecución de estos objetivos permitirá responder a las siguientes preguntas e interrogantes:

- ¿Cómo se configura un negocio de redes de mercadeo?
- ¿Qué ofrece 4Life a sus distribuidores?
- ¿Qué mantiene unido al equipo de trabajo?
- ¿Cómo se construye el liderazgo?

### 1.2 Marco teórico

La conciencia de trabajo está sufriendo transformaciones en las últimas décadas, como resultado de los cambios económicos y tecnológicos que modifican las estructuras localizadas y engendran formas de mercantilización nuevas. Emerge una estructura social dominante a la que Castells denomina “sociedad red” (1988). Una nueva

economía informacional global y también una nueva cultura, la de la virtualidad real. Esta situación está asociada a la precarización de la fuerza de trabajo a la que se suman procesos de marginación social. En este contexto nos preguntamos por el factor humano, el trabajo en equipo y la formación del liderazgo.

#### *1.2.1. Generación de recursos, trabajo y redes*

El trabajo fabril formó el carácter social al moldear a los obreros en sujetos dóciles y obedientes, era lo que convenía al Estado moderno porque los necesitaba así para cubrir la demanda laboral de la industria que estaba naciendo. Idea planteada por Zygmunt Bauman (2000) en lo que define como ética del trabajo.

La ética del trabajo es una ética de la disciplina porque impuso el trabajo como una obligación dándole un valor moral. Se establece un orden moral y educativo con la finalidad de obligar a la gente a trabajar, pero no únicamente para satisfacer sus necesidades, el trabajo era el eje de la vida individual y del orden social. Es en la sociedad de productores donde el trabajo es una obligación que se cumple bajo el control de otros renunciando a la libertad, lo que lleva a pensar que al ser más una obligación que un derecho, la libertad significaba poder sobrevivir día a día. Además, se contempla el trabajo en la casa para las mujeres, no remunerada y necesaria para que funcionen las sociedades modernas.

Este tipo de trabajo arruinó tanto a campesinos como al gremio artesanal que no pudieron competir con la fábrica, por tanto se ven obligados a vender su fuerza de trabajo por un salario, convirtiéndose en trabajadores asalariados. Por un lado, la estrategia de conceder salarios bajos alimentaba la necesidad de trabajar continuamente al no tener otra elección, por otro lado, en este tipo de trabajo no se fomentaba la creatividad ni el razonamiento para resolver problemas por parte del obrero ya que era un tipo de trabajador que no podía regir su propia vida, “como los niños caprichosos o inocentes, no podían controlarse ni distinguir entre lo bueno y lo malo, entre las cosas que los beneficiaban y las que les hacía daño” (Bauman, 2000, 24). Sin embargo, tener trabajo afirmaba una superioridad moral, por bajo que fuera el salario. Luego, el éxito o fracaso de esta política se mide en función de la capacidad de



empleos que puede ofrecer el capital y del nivel de participación de los trabajadores en el proceso productivo.

La ética del trabajo, describe Bauman, en Europa es diferente a la de EEUU. En la industria norteamericana primaron el espíritu de empresa y la movilidad ascendente, por lo que el trabajo y la dedicación se consideraron un medio y no un valor en sí mismo, el medio para hacerse rico y no tener que trabajar para otros. El compromiso con el trabajo era estimulado, el obrero ya no se sentía moralmente obligado a trabajar sino que lo hacía para obtener una libertad futura. Esta actitud va a calar en la mente y en las acciones al medir el valor y la dignidad de los seres humanos según sus recompensas económicas. Los cambios en la sociedad moderna -modernidad líquida- se van a caracterizar por el paso de una comunidad de productores a una de consumidores, aunque ambas se necesitan. Este paso implica, sobre todo en la manera en que se prepara a la población para satisfacer las condiciones impuestas por su identidad social. Además el progreso tecnológico vuelve a influir, hay una mayor producción y una disminución de los empleos industriales. No obstante, para que el sistema funcione debemos consumir continuamente, la idea de fondo es la estética del consumo.

El trabajo se presenta como una herramienta para que el individuo construya su propia identidad social, que podía ser para toda la vida. Aunque son pocas las personas que pueden definir o garantizar una identidad permanente en función de su trabajo, aquellos con profesiones especializadas y privilegiadas. Sin embargo, la preocupación sobre las identidades también se modificó en un mercado laboral flexible, ya que la identidad incorpora también flexibilidad pudiendo cambiar a corto plazo. “Una identidad para toda la vida ya no se puede construir sobre la base del trabajo” (Bauman, 2000, 48). Pero las identidades, como los bienes de consumo, se buscan en el mercado y será la libertad de elección la que mida la estratificación en la sociedad de consumo, a mayor libertad de elección mayor posición en la escala social.

De esta manera, el trabajo será juzgado por su capacidad de generar experiencias placenteras o no, de hecho, si no las genera va a carecer de valor. Cuando la ética del trabajo se impuso, el trabajo dignificaba sin importar el placer que concedía, todos los trabajos tienen valor y son iguales. No obstante, los trabajos ya no conservan el valor

ético y la estética remarca las diferencias en la escala social, además de categorizar profesiones. Por un lado, están las que brindan experiencias estéticas, y por otro, las que no tienen valor porque simplemente aseguran una subsistencia y no son dignas de elegir voluntariamente. Quienes voluntariamente eligen estos trabajos son personas que aún no están incorporadas en la comunidad de consumidores, como pueden ser inmigrantes o residentes en países pobres, al conformarse con servir como mano de obra para subsistir porque no tienen otra elección. En definitiva, la coerción que estaba oculta por la moralidad de la ética del trabajo ya no lo está.

La corrosión del carácter llegó de la mano del capitalismo flexible de forma inevitable porque nada es a largo plazo, por tanto, quedan explícitas las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo. El carácter entendido como el valor ético que atribuimos a nuestros deseos y a nuestras relaciones con los demás, se centra en el aspecto duradero, a largo plazo, de nuestra experiencia emocional, y se expresa por la lealtad y el compromiso mutuo. De hecho, de los sentimientos que vivimos, salvamos algunos, que son los que sirven a nuestro carácter, por lo tanto, el carácter se relaciona con los rasgos personales que valoramos en nosotros mismos y por los que queremos ser valorados (Sennett, 2006)

Entonces si el trabajo ya no tiene un valor ético hay una corrosión en el carácter del trabajador. Los valores son más abstractos que nunca, se puede hablar de ellos pero no se ven ejemplificados en las relaciones de unos con otros. Cuando el trabajo dignificaba el tiempo lineal era el único recurso gratuito, apenas habían cambios y los logros eran acumulativos, asimismo estaban asegurados por el trabajo y las fuertes relaciones con su entorno. Mientras que la flexibilidad ha impuesto el lema “Nada a largo plazo” (Sennett, 2006, 22), una nueva organización del tiempo. Además, es mayor el miedo a perder el control que a perder poder en el trabajo, porque las medidas que necesitan tomar y la forma en que deben sobrevivir en la economía moderna han lanzado a la deriva su vida interior y emocional.

Este contexto, es descrito por Castells (1998) como informacional y global. Además, lo que le caracteriza es su funcionamiento en red. La clave para la generación de recursos va a ser la capacidad tecnológica y humana de generar, procesar y producir. Así, la base para la creación de productividad y competitividad consta de información,

tecnología, capacidad de gestión y procesamiento. Castells define globalidad como el conjunto de actividades económicas nucleares, de las economías, que trabajan como una unidad, en un tiempo real, a nivel planetario a través de una red de interconexiones.

El funcionamiento en red tiene la ventaja de la flexibilidad, la capacidad de adaptarse rápidamente a la demanda. Con las redes también ha cambiado la tecnología y aparece una nueva forma de actividad económica, la empresa-red, que no son redes de una empresa, sino una red de redes. Este tipo de red lo que hace es unir elementos, trozos de empresas o varias empresas para hacer algo entre todos, creando un nuevo tipo de economía y trabajo. Incluye también el debate sobre la tecnología como un fenómeno que se instala y elimina puestos de trabajo, siendo realmente un fenómeno social que puede ser gestionado de otra forma, incluyendo a las empresas, trabajadores y gobiernos. Por lo tanto, siguiendo la línea del autor, se debe crear otro modelo de sociedad, pero no porque la tecnología destruye el trabajo, sino porque permite trabajar menos y producir más. Por último, un proceso de individualización entre las relaciones de trabajo supone que este nuevo tipo de economía y tecnología transforma las relaciones laborales, lo que conlleva una redefinición de estas relaciones. Lo que surge es una sociedad de redes de individuos que requiere de un nuevo Contrato Social.

### *1.2.2. Liderazgo, cooperación en el trabajo y rituales de interacción*

Luis Enrique Alonso Benito y Carlos Jesús Fernández Rodríguez (2013) analizan la evolución de los contenidos de literatura *managerial* a largo de las últimas décadas. En estos textos –algunos son *best sellers*- se recogen indicaciones para educar en la economía del siglo XX y XXI. La creatividad y la innovación, es decir, la capacidad de reinventarse constantemente, se plantea como importante. Surgen escritores, expertos, e incluso “gurús” o mentores, que ofrecen conferencias y seminarios por todo el mundo. Su objetivo es explicar cómo implantar procedimientos más eficaces en las empresas y en otras organizaciones. Esto se sustenta en dos principios, por un lado, el afán de adoctrinamiento, es decir, seguir unas buenas prácticas para conseguir la eficacia y el éxito en el mundo empresarial, por otro lado, la llamada a la acción que a través del relato se estimula, incluso los personajes y acontecimientos relatados sirven

para la motivación y construcción de una experiencia compartida y sentimiento de participación colectiva dentro de la organización.

De acuerdo con Alonso y Fernández (2013), la evolución de esta literatura se puede dividir en tres períodos y tendrán muchos aspectos en común. En general, el discurso del *management* se adapta al contexto socioeconómico, de manera que, los autores explican una forma correcta de gestión acentuando la dicotomía entre el éxito, que se obtiene siguiendo lo recomendado, y el fracaso, que supone permanecer indiferente o elegir otra forma de gestión.

El primer período es una época basada en el darwinismo social y la mejora industrial, constituyendo así, el capitalismo estadounidense del siglo XIX. Existe una gran competencia, por lo tanto, el éxito y riqueza significan progreso y recompensa. El eje central es la gestión de las competencias del individuo en un mundo de competencia despiadada, además esto fomenta el “sueño americano”. Tal como la ética del trabajo había sido propia de Europa, en la industria norteamericana se impulsó el espíritu de empresa y la movilidad social ascendente, esto quiere decir que a través del trabajo y la dedicación se puede llegar a tener el éxito deseado, o como mínimo un estilo de vida mejor. El trabajo y las capacidades del individuo son el medio para conseguirlo.

En el segundo período, la época de la gran corporación, es necesario un control más fuerte sobre los trabajadores, poniendo el foco de atención en la organización o gestión científica del trabajo, pieza clave en el desarrollo del capitalismo industrial del siglo XX. Pone de manifiesto el éxito del capitalismo norteamericano, de hecho, los autores de esta literatura son anglosajones, pero luego estas ideas serán copiadas por Europa y América Latina. El discurso es optimista, a pesar de los conflictos sociales ocurridos anteriormente como la II Guerra Mundial, y se sustenta en la planificación y la racionalidad para la toma de decisiones. El *management* científico, cuyo creador es Frederick Winston Taylor, supuso la cúspide de la producción en serie, sus principios científicos se basaban en la división de tareas y la medición de los ritmos de trabajo. Estos principios fueron puestos en práctica por Henry Ford, dando el nombre a este sistema de producción, el fordismo. Fueron años de crecimiento económico que dieron lugar a la sociedad de consumo de masas y al marketing. Sin embargo, en los años setenta fue evidente la crisis del fordismo, en especial por dos aspectos, el fuerte

control y la repetición tenían a los trabajadores alienados y fatigados, pero también había que hacer frente a la producción excesiva ante demandas inestables y evitar almacenar grandes stocks. Entonces la mirada se dirige hacia Japón, al toyotismo, un modelo de producción flexible que se encargaba de cubrir las demandas con el stock requerido. Pero este modelo también reclamaba la implicación de los trabajadores, por lo que se empezará a tener en cuenta el factor humano y la motivación. Se intentó integrar al trabajador a partir de su motivación, de lo contrario, si no se satisfacen sus necesidades pueden aparecer problemas motivacionales afectando a su ritmo de trabajo.

El tercer período empezó ya en los años ochenta, cuando se popularizó la literatura gerencial y sus autores pusieron un acento especial en la figura del emprendedor y liderazgo. Con optimismo intentaban redirigir la mirada hacia las compañías estadounidenses y hacia una nueva cultura empresarial y liderazgo. Más tarde, “en la década de los noventa y en la primera del siglo XXI, el impacto de las nuevas tecnologías o la aparición de nuevos modelos de negocio a través de Internet tienen efectos importantes sobre la economía y la organización del trabajo. La empresa-red se consolidará como el nuevo paradigma organizativo” (Alonso y Fernández, 2013, 57).

En una economía informacional, global y que funciona en red (Castells, 1998), y con avances tecnológicos, el mensaje es claro, para sobrevivir a los cambios que acontecen es necesario transformar o reorganizar la empresa en una organización flexible, sin jerarquías. La flexibilidad demanda una capacidad de adaptación, por tanto, se hace una llamada a la emoción, creatividad e innovación, al contrario de la rigidez de la racionalidad del periodo anterior. Es un discurso empresarial que incita a la innovación ante el cambio y la incertidumbre, ante la globalización, pero también se ve reforzado por los últimos acontecimientos de crisis, como la gran crisis financiera de 2008. De hecho, muchos autores de esta literatura van a ofrecer diferentes recetas para obtener beneficios durante la crisis. Sin embargo, “nuevos conceptos se unen al discurso del *management*, como el coaching, la negociación o la construcción de competencias personales, junto a nuevas técnicas de gestión presentadas como la combinación ideal entre eficacia y excitación” (Alonso y Fernández, 2013, 59)

Sin duda, este discurso ha influido en las nuevas formas de organización. Frente a la idea de que todos somos trabajadores en potencia, el nuevo *management* defiende que todos somos empresarios, incluso empresarios de nosotros mismos, porque tenemos capital económico, social, humano, etc.<sup>1</sup>

Y siendo todos empresarios, ¿cómo se produce la cooperación? En un mercado laboral donde la individualización entre las relaciones de trabajo supone una mayor competencia entre los trabajadores, el reto es encontrar la forma de combinar esa autonomía con la cooperación y compartir información para un beneficio mutuo, y cuya base sea el compromiso y la lealtad.

La cooperación es una de las habilidades necesarias para llevar a cabo una vida cotidiana satisfactoria, es el capital social implícito en la realización del trabajo práctico. Asimismo, cooperación se define como un intercambio en el cual los participantes obtienen beneficios del encuentro. Se coopera para realizar lo que no se puede hacer solos, por lo tanto, la cooperación es una conducta que hay que desarrollar, aunque a veces resulte un gran esfuerzo cooperar con personas distintas a nosotros. Entonces, para actuar conjuntamente, los individuos deben tener la capacidad de comprenderse mutuamente y de responder a las necesidades de los demás, lo que genera una experiencia del placer mutuo (Sennett, 2012)

Sin embargo, las sociedades modernas y sus transformaciones en el trabajo han debilitado el deseo y la capacidad de cooperar con los diferentes. Las relaciones sociales a corto plazo implican que el conocimiento y el compromiso con la organización se debiliten, pero una habilidad como la cooperación es necesaria para el funcionamiento de una sociedad compleja. Así, podríamos afirmar que la cooperación se convierte en un valor por sí mismo en los rituales donde se genera la solidaridad grupal. Específicamente, a través de la teoría de los rituales de interacción de Randall Collins (2009), planteamos los ingredientes y los efectos que se generan en los rituales de cooperación, concretamente en el trabajo, es decir, en los encuentros a nivel organizacional.

---

<sup>1</sup> Idea de Du Gay citada por Alonso y Fernández. Du Gay, P. (2003): «Organización de la identidad: Gobierno empresarial y gestión pública», en Hall, S. y Du Gay, P. (eds.): Cuestiones de identidad cultural. Buenos Aires. Amorrortu, pp. 251-280

Este modelo planteado por Collins integra los análisis tanto de la experiencia de los agentes sociales como de las estructuras que hacen posible esas experiencias. Así, el ritual es un mecanismo que enfoca una emoción y una atención conjunta, generando una realidad temporalmente compartida. De manera que, los rituales eficaces crean símbolos de pertenencia grupal e infunden energía emocional en sus participantes, diferente a una ritual fallido o forzado.

El punto de partida es la situación, el encuentro de dos o más personas en un espacio físico y en un momento determinado. El mismo proceso de interacción –con un foco de atención común- transforma las emociones y genera energía emocional. La clave de este mecanismo es el surgimiento de consonancia mutua entre el foco de atención común y la emoción de los participantes porque crea una experiencia emocional compartida. Sin embargo, si no hay una retroalimentación intensificadora mediante consonancia rítmica no hay ritual exitoso. Los procesos de retroalimentación deben ir y venir entre el foco común y la emoción compartida, y viceversa. Cuando el foco de atención común y la consonancia emocional se intensifican dan lugar a procesos de retroalimentación positiva, creando experiencias emocionales.

Éstos son los componentes del ritual de interacción que a través de la efervescencia colectiva dan lugar a los efectos del ritual, que son la solidaridad colectiva, la energía emocional individual, la confianza, los símbolos de relación social y las pautas de moralidad. De hecho, la intensidad ritual es una variable continua, las variaciones en la intensidad de los rituales suponen la variación en la membresía social y en las ideas correspondientes. “Un ritual de interacción genera solidaridad social y significado simbólico en la medida en que alcance altos niveles de intensidad” (Collins, 2009, 309). Incluso, puede ser vivido como un logro colectivo, conseguido por todos los participantes. La energía emocional individual, que es un sentimiento de contento y confianza, también es una variable continua de magnitud baja, “ajeno al grupo”, y magnitud alta, “confianza”. Los símbolos de relación social se convierten en objetos sagrados y se definen las pautas de moralidad.

Finalmente, también hay rituales cuyo resultado es la variación en los valores de las distintas variables del modelo presentado, pueden ser dos tipos de rituales, o bien rituales fallidos, que agotan a los sujetos, o bien forzados, que no crean sino que

minan la energía emocional. Por ello, es importante localizar esas variaciones que nos permiten analizar la variedad de rituales y, que en este caso, nos interesa destacar aquellos que dan lugar a una sociedad más cooperativa.

### *1.2.3. El caso particular del Network Marketing*

Actualmente hay una gran variedad de empresas que comercializan sus productos o servicios a través de redes, sin embargo, el caso a estudiar es la asociación de la INT como grupo independiente a la empresa 4Life Research.

#### *1.2.3.1. La empresa 4Life Research*

La compañía 4Life Research es una multinacional ubicada en Utah, Estados Unidos que dispone de oficinas en diferentes países. Desarrolla suplementos alimenticios para un bienestar general y la transformación del cuerpo, con el fin de conseguir un estilo de vida saludable. Sus productos (4Life Transfer Factor™) se pueden obtener comprando como cliente o desarrollando un negocio en red como distribuidor de 4Life, en ese caso, cuenta con una escuela de liderazgo, la Internacional Networkers Team. Se trata de una organización independiente con presencia a nivel mundial, con la cual los distribuidores adquieren una formación como empresarios en redes.

Uno de los fundadores de esta multinacional, David Lisonbee, encontró un estudio sobre los factores de transferencia en 1949, realizado por el inmunólogo H. Sherwood Lawrence. En concreto, Sherwood Lawrence descubrió que la respuesta inmunitaria se transfiere de un donante a un receptor, mediante la inyección de un extracto de leucocitos de sangre periférica, debido a un factor capaz de proporcionar inmunidad, lo que se denominó factor de transferencia (FT). Los FT son mensajeros peptídicos producidos por linfocitos T activados como parte de la inmunidad celular que actúa en linfocitos vírgenes a través de FT inductores supresores y específicos de antígeno. Además, no son inmunógenos porque no son específicos de especie, ya que contienen una secuencia consenso de aminoácidos LLYAQDL/VEND, es decir, no son propias de especies determinadas y pueden utilizarse como terapia coadyuvante en diversas enfermedades (Sánchez-González, Sosa-Luna y Vásquez-Moctezuma, 2011). Un



artículo de New York Times publicado el 8 de abril de 2004, lo reconoce -tras su muerte- como el pionero de la inmunología, por este descubrimiento y su continua labor de investigación. Desde este descubrimiento, David y su esposa Bianca han invertido su fortuna personal en investigaciones sobre los factores de transferencia y como indican en su página web, han realizado más de 3000 estudios científicos enfocados al papel que desempeñan<sup>2</sup>. Ellos comprobaron que este descubrimiento no había sido comercializado antes, de modo que, fundaron 4Life Research en 1998.

Los estudios sobre los factores de transferencia y de inmunología, constituyeron el punto de partida que condujeron en 4Life a preparar el primer producto del calostro bovino (4Life Transfer Factor Classic). Más adelante el equipo de Investigación y Desarrollo de 4Life, descubrió otra fuente, en la yema de huevo de gallina. En 2002 obtuvo la patente del método de extracción de los factores de transferencia provenientes de la yema de huevo de gallina (Patente US 6468534)<sup>3</sup>. Con este descubrimiento y la combinación de Transfer Factor del calostro y el de la yema de huevo, crearon una línea de productos.

La empresa presenta sus productos como resultado de investigación, tecnología e innovación. 4Life Transfer Factor se encuentra en la preparación de las siguientes fórmulas:

- Transfer Factor XF™, una concentración de proteínas 4Life Transfer Factor ultrafiltradas, y otros péptidos del calostro bovino.
- Transfer Factor E-XF™, un concentrado de proteínas 4Life Transfer Factor y otros péptidos de la yema de huevo de gallina. Una combinación de factores de transferencia obtenidos del calostro bovino y factores de transferencia de la yema de huevo de gallina. En 2005 obtuvo la patente de sus técnicas utilizadas para combinar los factores de transferencia (Patente US 6866868 B1)<sup>4</sup>. Más tarde, el equipo científico descubre que el calostro contenía moléculas aún más pequeñas que los factores de transferencia (nano factores de calostro bovino) y

<sup>2</sup> Esta investigación no es objeto de este TFG

<sup>3</sup> Consultado en Google Patentes: <https://www.google.st/patents/US6468534>

<sup>4</sup> Consultado en Google Patentes: [https://www.google.st/patents/US6866868?dq=Patente+US+6866868+B1&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj\\_7qKc147UAhULXhoKHUYtArIQ6AEIITAA](https://www.google.st/patents/US6866868?dq=Patente+US+6866868+B1&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj_7qKc147UAhULXhoKHUYtArIQ6AEIITAA)

a través de un proceso de filtración obtuvieron NanoFactor™ del calostro bovino, dando paso a la siguiente fórmula.

- Tri-Factor™, un concentrado de calostro bovino nanofiltrado de 4Life. Esta fórmula potencia la función del Transfer Factor E-XF al combinarla con otras moléculas obtenidas del calostro bovino<sup>5</sup>. En 2007, la empresa lanza su producto más demandado, 4LifeTransfer Factor™ Plus™ Tri-Factor™ Formula. Este producto contiene la fórmula Tri-Factor™ (NanoFactor™ y Transfer Factor E-XF) e incluye la mezcla de Cordyvant™, una mezcla patentada de ingredientes como hongos maitake, shiitake, cordyceps y beta-glucano<sup>6</sup>. En 2008 obtuvo la patente de esta fórmula (Patente US 20080081076 A1)<sup>7</sup>

Los productos se pueden consumir en diferentes presentaciones: cápsulas, tabletas masticables, zumos para beber, productos para disolver y de uso tópico. El catálogo de productos que se pueden conseguir en España, a través de su página web, está dividido en varias líneas:

- 4Life Transform para una transformación física.
- Targeted Transfer Factor para diferentes sistemas corporales.
- Bienestar y salud general, productos para el cuidado y prevención.
- Cuidado personal enummi, productos para el cuidado de la piel y el cuerpo con 4Life Transfer Factor™
- ShapeRite, productos para conseguir un cuerpo esbelto.

La empresa 4Life Research en su página web hace constatar que sustenta la efectividad de sus productos a través de alianzas académicas, publicaciones científicas e investigaciones exploratorias. Concede exclusividad a sus distribuidores a través de investigaciones y la protección de sus productos con patentes. Aunque no es objeto de este trabajo fin de grado realizar un estudio exhaustivo de los productos, es interesante destacarlos para que ayuda a comprender el funcionamiento de la empresa junto a la organización INT.

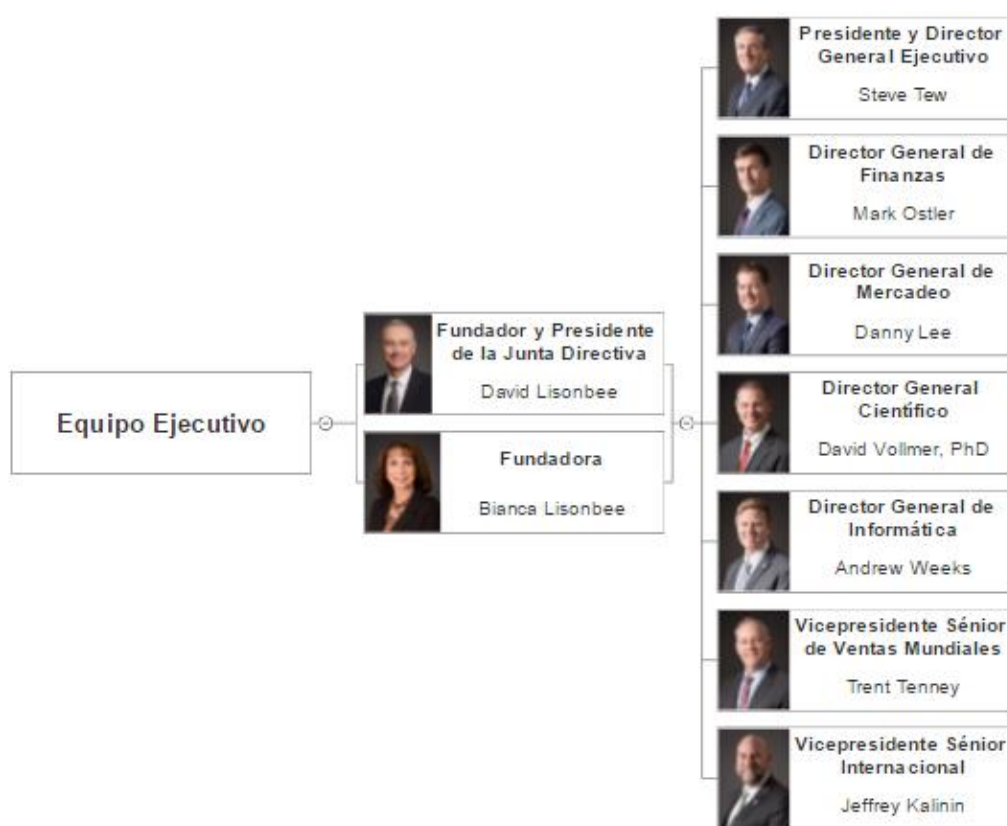
<sup>5</sup> Tri-Factor es la mezcla de nanofactor y Transfer Factor E-XF (compuesto por factores de transferencia del calostro bovino y de la yema de huevo)

<sup>6</sup> Los productos del catálogo se pueden consultar en Anexo VII

<sup>7</sup> Consultado en Google Patentes: <https://www.google.st/patents/US20080081076>

La compañía cuenta con una página web<sup>8</sup> en la que se encuentra información sobre su funcionamiento y características. La empresa se estructura en varios equipos, la cabeza de todos es el Equipo Ejecutivo (Figura 1), le siguen en importancia el Departamento de Investigación y Desarrollo, compuesto de un grupo interno de científicos (Figura 2) y un Consejo de Ciencias Médicas (Figura 3).

El Equipo Ejecutivo (Figura 1) lo presiden los fundadores de la compañía y siete personas que representan las diferentes áreas de importancia de la misma: finanzas, dirección, mercadeo, científico, ventas.



**Figura 1.** Esquema del Equipo ejecutivo actual de 4Life Research. Elaboración propia a partir de la página web de la empresa.

Al mando de la empresa está el matrimonio Lisonbee. Por un lado, David con un máster en Administración de negocios de la Universidad de Brigham Young en Provo, Utah y varios años de experiencia en la industria del marketing multinivel, decidió

<sup>8</sup> La información sobre la empresa 4Life Research es obtenida en su mayoría de su página web: <https://spain.4life.com/>

fundar esta empresa que ya tiene más de quince años de vida. Por otro lado, Bianca, se licenció en artes en la Universidad de Brigham Young en Provo, Utah y su contribución en la empresa se ha dirigido a la Fundación 4Life, que se centra principalmente en la ayuda a niños desfavorecidos. El resto del equipo ejecutivo se encarga de la coordinación de la empresa con presencia a nivel internacional.

Con el fin de mantener el proceso de investigación, desarrollo e innovación, la empresa tiene su propio Departamento de Investigación y Desarrollo, compuesto de un grupo de médicos y científicos (Figura 2), y son los encargados de la elaboración de los nuevos productos Transfer Factor. Los trabajos del Departamento son supervisados y valorados por el Consejo de Ciencias Médicas (Figura 3). El Dr. Vollmer, Director General científico, es el coinventor de las patentes que presenta 4Life Research.



**Figura 2.** Esquema del Equipo ejecutivo actual de 4Life Research. Elaboración propia a partir de la página web de la empresa.



**Figura 3.** Esquema del Consejo de Ciencias Médicas actual de 4Life Research.

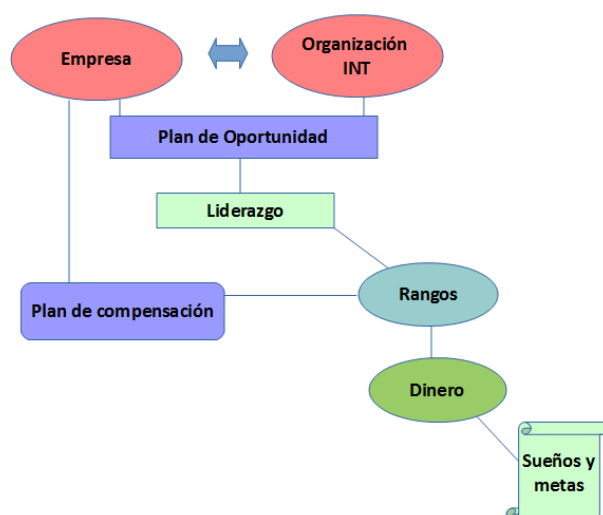
Elaboración propia a partir de la página web de la empresa.

En la página web de la empresa también se encuentra información sobre el crecimiento que ha tenido desde su fundación. En los setenta primeros meses la

empresa operaba ya en más de treinta países, había abierto once oficinas en diferentes continentes y había creado una nueva categoría de suplementos para la salud (Transfer Factor). La clave de su crecimiento es la innovación constante en sus productos y la exclusividad, que hacen posible el equipo científico y las patentes, respectivamente.

### 1.2.3.2. El ciclo Momentun y el Plan de Oportunidad

La Internacional Networkers Team (INT) es una organización independiente de la industria del Network Marketing y como toda organización, tiene una visión y una misión. Su visión es crear la red de mercadeo más grande de la historia, por ello, describen su misión de la siguiente manera: “Somos una organización de profesionales en la industria de la comercialización en Redes, que a través del trabajo en equipo y un sistema centrado en principios y valores, estamos comprometidos a causar una diferencia en la vida de las personas, brindándoles una oportunidad real de crecimiento personal, contribución social y de lograr la independencia financiera”<sup>9</sup>. Además se autodefinen con unos valores y principios, que son el valor del individuo o ser humano, la libertad, la igualdad, el amor, la gratitud y la integridad. El siguiente esquema (Figura 4) ayuda a comprender la relación de esta organización con la empresa 4Life.



**Figura 4.** Esquema de la relación entre organización y empresa 4Life. Fuente: elaboración propia.

<sup>9</sup> Su misión siempre está escrita en un cartel en la entrada de todas las reuniones centrales del mundo

Por tanto, esta organización se asocia con la plataforma económica que representa la empresa 4Life Research. Esta asociación genera una oportunidad de negocio, la oportunidad de convertirse en un empresario exitoso en redes, creando redes compuestas por personas. Ya no hay publicidad, tal y como la conocemos, por lo que la idea es que los productos vayan directamente de la fábrica al empresario, para su autoconsumo. Creando así, una genuina red de mercadeo basada en el autoconsumo y la recomendación, y no en las ventas. Por ello, para poder describir y analizar la empresa, es fundamental conocer esta nueva manera de comercialización, que va a impactar también en la conciencia de trabajo.

La Internacional Networkers Team, que también cuenta con página web<sup>10</sup>, fue fundada por Herminio Nevárez en el año 2000, mientras ejercía su profesión como veterinario en Puerto Rico. Él fue diseñando el sistema educativo recogido en la Guía del Éxito<sup>11</sup> y organizó las primeras reuniones centrales en Puerto Rico con la idea de transmitir la visión y misión de la organización, que en un principio él visualizaba en un futuro, y trabajó con aquellas personas que captaron esa visión. Hoy en día, este equipo de trabajo está presente en diferentes países como España y México, y sigue formando empresarios de redes. Cabe destacar, que la asociación de esta organización con la empresa estadounidense ha convertido a los pioneros de la Internacional Networkers Team (INT) en millonarios. Los miembros del equipo de la INT van consiguiendo la libertad financiera según los rangos conseguidos en la empresa, pudiendo llegar a ganar lo mismo o más que uno de sus pioneros debido al plan de compensación de 4Life. Los rangos que se consiguen dentro de la empresa y equipo se pueden consultar en el Anexo II.

Lograr cada uno de estos niveles supone alcanzar una actitud de liderazgo, unos valores y principios que definen al equipo y, sobre todo, seguir los pasos del sistema educativo que se encuentran en la Guía del Éxito. Para conseguir cada uno de esos rangos, el individuo debe estar comprometido consigo mismo y con el equipo de trabajo que forma la INT, esto es lo que une a los empresarios independientes dado

---

<sup>10</sup> La información sobre los inicios de la organización se encuentra en su página web: <http://www.int4life.com/>

<sup>11</sup> Es un libro de 144 páginas escrito por Herminio Nevárez, propio de la organización, por tanto únicamente lo pueden conseguir sus miembros. Contiene los pasos a seguir para la correcta construcción de un negocio en la industria del Network Marketing

que trabajando en equipo pueden cooperar unos con otros, mientras que una persona trabajando sola no podría llevar a cabo este proceso, o, al menos, sería mucho más complicado si no se apoya en el conocimiento, experiencia y apoyo que le ofrece el equipo de trabajo.

Otro punto a tener en cuenta para entender la red es que cada líder debe comprometerse con su negocio, aprendiendo a desarrollarlo de la forma correcta, ya que al duplicar el sistema educativo al resto de sus frontales<sup>12</sup> está modelando a líderes independientes, con los que estará al principio enseñándoles, pero después podrán poner en marcha lo aprendido y, a su vez, enseñarán lo que han aprendido a sus propios frontales. De hecho, para conseguir un rango determinado, el empresario debe conseguir que sus frontales crezcan en sus negocios y consigan nuevos rangos, y como consecuencia él consigue crecer también. Sin embargo, se puede caer en la premisa de que unos ganarán más que otros por llevar más tiempo asociados, pero si todos los socios cobran en función de un plan de compensación con los mismos porcentajes en cada nivel hay igualdad para todos, sin importar el nivel de estudios, género, edad, cultura, etc.

Los pilares fundamentales para crear una red sólida, estable y productiva son tres: Auspicio, Retención y Volumen. Estos tres pilares permiten desarrollar una cultura organizacional basada en la edificación de la empresa, del equipo, del sistema y de la línea de auspicio.

El Auspicio en la red se consigue cuando nuevas personas comprenden que hay una oportunidad de negocio, la edificación tanto de los miembros de la INT como de la empresa es efectiva para el auspicio de nuevos socios.

Un empresario desarrollador de redes recomienda tanto el producto como la oportunidad empresarial, siempre siguiendo el sistema educativo que incorpora una serie de herramientas y actividades. Las herramientas son la Guía del éxito, libros para desarrollar el liderazgo<sup>13</sup>, audios de formaciones de otros líderes exitosos, vídeos, la

---

<sup>12</sup> Son los socios inscritos personalmente, también se denominan línea frontal o de auspicio.

<sup>13</sup> Cuatro libros llamados Forjando Líderes

revista Summit propia de estos empresarios y el plan de oportunidad<sup>14</sup>. Por otro lado, las actividades pueden ser un plan uno a uno<sup>15</sup>, reuniones en casa, un Mega plan<sup>16</sup>, la reunión central<sup>17</sup>, la universidad del éxito cada mes y medio a nivel nacional, el rally pre-convención y la convención que puede ser a nivel europeo y a nivel mundial. Estas actividades se promocionan para la formación de los empresarios y para que los nuevos miembros conozcan cómo trabaja un empresario de redes. También sirven para unir al equipo y fortalecer las relaciones sociales que se han establecido. El conjunto de esto es lo que permite la retención de los socios, es decir, su permanencia. Cada nuevo miembro tiene a su disposición una planificación empresarial<sup>18</sup>, en ella se programan las siguientes acciones, metas, sueños y compromisos. Es la base de la duplicación del sistema porque se plantean “Los nueve pasos para la duplicación”<sup>19</sup>.

- Estos nueve pasos son los siguientes
  1. Definir sueños, es el primer paso y el motor de acción.
  2. Establecer metas, a corto y largo plazo, y determinar el tiempo que llevará conseguir los diferentes rangos.
  3. Determinar compromisos, con su propio negocio y equipo. Sin compromiso no hay acción continua, el llamado Ciclo del Momentum, por tanto, tampoco hay resultados en términos económicos.
  4. Preparar una lista de futuros socios, que en su mayoría son los contactos más cercanos.
  5. Invitar a sus futuros socios, tras aprender a realizar la invitación efectiva. Consiste en invitar a escuchar una información que podría transformar su vida y explicar por qué ha pensado que podría interesarle a través de la edificación de la persona a la que invita y del

---

<sup>14</sup> Presentación que dura aproximadamente 40-45 minutos, en la que se habla sobre la oportunidad de negocio

<sup>15</sup> Encuentro de dos personas para la presentación del plan de oportunidad

<sup>16</sup> Reunión para la presentación del plan de oportunidad, se realizan con menos frecuencia

<sup>17</sup> Reunión para la presentación del plan de oportunidad como cita semanal siempre en el mismo sitio, que suele ser un salón de un hotel, a la misma hora

<sup>18</sup> Es el punto de partida del nuevo socio, en ella se programan las siguientes acciones, metas, sueños y compromisos

<sup>19</sup> Se encuentra dentro de la Guía del éxito



equipo. La edificación es fundamental y la invitación se debe hacer con seguridad y confianza.

6. Convocar dos reuniones en casa. Los empresarios siempre tienen una agenda planificada semana a semana, y en estas reuniones se da a conocer a los invitados el plan de oportunidad.
7. Hacer un seguimiento, consiste en un encuentro tras conocer el plan de oportunidad en el que el invitado decide si quiere tener un código de empresario desarrollador, si quiere probar el producto y tener un código de cliente preferencial, si quiere vender el producto, o por el contrario, no quiere ninguna de esas opciones.
8. Consultar con el up-line o líder. Líder y frontal van a trabajar juntos, creando vínculos personales y profesionales, para la duplicación de líderes.
9. Duplicarse, enseñar el plan de acción a los auspiciados. La duplicación consistiría entonces en la capacidad de reproducir y enseñar lo aprendido.

Los dos últimos pasos son los pasos de continuidad, cuando un empresario está comprometido a realizar los pasos anteriores. Además, tienen la finalidad de crear volumen en las estructuras, es decir, generar más puntos para el rápido crecimiento de la red y como consecuencia obtener un nuevo rango.

El Ciclo del Momentum agrupa los pasos cuatro, cinco, seis y siete de los nueve pasos para la duplicación. A partir de una lista que como mínimo debe contar con cien potenciales socios se hace una invitación para escuchar la presentación del Plan de Oportunidad. Para ello se programa un encuentro, que puede ser una reunión en casa o una reunión central. Tras la presentación, el invitado se lleva un material de seguimiento, en el que se le explica todo acerca de la industria, el plan de compensación, etc. Uno o dos días después se concreta otro encuentro donde la persona que fue invitada resuelve nuevas dudas y toma una decisión. Si no quiere formar parte de la organización se le pregunta por 'referidos'<sup>20</sup>. Si quiere saber más acerca de la Oportunidad empresarial acuerdan un nuevo encuentro para realizar su

---

<sup>20</sup> Personas que conoce y que crea que le puede interesar la oportunidad empresarial

planificación empresarial y poner en marcha otra vez el Ciclo del Momentum. Todo empresario debe perfeccionar este ciclo a medida que lo va poniendo en práctica con nuevos socios.

El plan de oportunidad es una presentación de trece diapositivas en formato digital<sup>21</sup>, impreso o a través de una explicación en una pizarra como se hacía en sus inicios. Todos los miembros de la INT deben aprender a realizar esta presentación que dura aproximadamente 40-50 minutos porque forma parte del Ciclo del Momentum. De esta manera se dan a conocer a los que están escuchando la información, explicando quiénes son, sus acciones y actividades como equipo, el modelo de distribución del que son partícipes y sus ventajas, asimismo la empresa a la que están asociados y el producto que consumen. También incorpora historias de vida, experiencias personales, emociones, metas, sueños de la persona que está haciendo la presentación. El empresario aprende a transmitir esta visión de negocio con profesionalidad, motivación y siguiendo el esquema básico del plan de oportunidad. Esta profesionalidad se refleja en la forma de vestir o de hablar, ya que emplean un vocabulario empresarial y específico del Network marketing (ver listado de la terminología en Anexo II).

### **3. DISEÑO METODOLÓGICO**

Para el desarrollo de esta investigación existen algunas limitaciones, como las escasas publicaciones académicas que analicen el tema desde un punto de vista sociológico. Por ello, proponemos investigar -en una primera instancia- el objeto de estudio con una metodología cualitativa para obtener datos primarios. Por tanto, se realizan cuatro entrevistas, complementadas con observación participante y algunas fuentes secundarias.

En cuanto a las entrevistas (cuyas transcripciones se recogen en el Anexo III, IV, V y VI), según los rangos de la empresa, se abordaron las siguientes:

- Una diamante presidencial de 48 años que vive en España, con el fin de un primer acercamiento al objeto;

---

<sup>21</sup> Microsoft PowerPoint

- Un diamante calificado de 39 años que vive en España, con un perfil profesional interesante;
- Un diamante presidencial de 21 años que vive en Ciudad de México, y nos aporta su perspectiva de joven empresario.

Además, se entrevistó al psicólogo Miguel Perlado, que aporta su perspectiva externa en base a su estudio clínico, en el cual ha contrastado la información facilitada por sus pacientes que ya no forman parte de la organización INT y otras fuentes de información como los materiales propios de la empresa y los testimonios de las personas que positivamente hablan sobre la empresa, filtrando la parte subjetiva de la persona y su experiencia, centrándose más en la información que a su parecer explica el funcionamiento y la dinámica de la organización. Su conocimiento sobre la empresa se limita a este estudio clínico y no tiene publicaciones académicas.

La metodología planteada permite detallar los rituales de interacción que se crean en los diversos encuentros y en el proceso en general. Las cuatro entrevistas tienen una perspectiva distinta, las tres primeras ayudan a conocer el objeto de estudio desde el interior de la empresa, mientras que la cuarta plasma una visión externa a la organización.

Las fuentes secundarias aportan importantes matices al trabajo. Así en la página web de 4Life Research, se encuentra información sobre el funcionamiento interno de la empresa y el catálogo de los productos que se pueden conseguir en España. Otras fuentes importantes, son la página web de la Internacional Networkers Team (INT) y el material de trabajo que utiliza la organización, por ejemplo la Guía del éxito, el plan de Oportunidad y Forjando líderes, que se encuentran en la variada literatura propia de su sistema educativo.

La observación participante corrobora lo obtenido en el discurso de las entrevistas, empezando por la visión y misión de la organización, y los valores como la cooperación y la integridad. Se observan los roles que cada uno desempeña, el ambiente creado y lo que acontece en los encuentros. En concreto, la observación participante se realizó el 14 de abril de 2017 (de 4:00 pm a 5:30 pm) en el domicilio de una diamante calificada, en una reunión donde la diamante calificada presentó el Plan de Oportunidad de negocio a una señora de 40 años. La observación participante del

encuentro ha permitido un desarrollo más ágil de la segunda parte del trabajo, la presentación y discusión de resultados.

El propósito de esta metodología es contrastar las cuatro entrevistas y completar el discurso obtenido con la observación participante y con el material del equipo de trabajo. Esto permite explicar el tipo de trabajo que realizan y, las relaciones personales y profesionales que se dan.

En definitiva, el tema se puede investigar desde diferentes enfoques, pero en este trabajo se parte de la idea de un modelo de comercialización que florece en las relaciones sociales de las personas, permitiendo generar un tipo de trabajo que requiere del liderazgo y emprendimiento desde unos valores y principios que llevan al individuo a vivir un proceso de cambios en su vida, para cumplir con las metas personales planteadas y el objetivo mismo de la organización. Por ello, no se analiza en profundidad los productos Transfer Factor sino el funcionamiento de la asociación de 4Life y la INT que lleva al empresario a ser un distribuidor y mentor de su negocio.

## **4. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

### **4.1. Actores y estrategias**

La presentación del plan de oportunidad empieza con la imagen de varios empresarios que posan sonrientes y vestidos de forma elegante. Se presentan a sí mismos como empresarios del siglo XXI, comprometidos con el cambio. Generalmente, la presentación la realiza un empresario que narra la historia de su vida en primera persona. Relata su experiencia, sus sueños, sus metas, sus acciones y sus compromisos. Explica cómo a partir de “un crecimiento personal,” de “la contribución social” y de “ser modelos de inspiración” se puede conseguir, lo que ellos denominan, “la libertad financiera y funcional”. Con ello no se refiere únicamente a ser libres económicamente con ingresos que lo permitan, sino que se trata también de tener la libertad de decidir qué hacer con el tiempo de cada uno.

Estos contenidos son destacados por los pacientes que Miguel Perlado ha tratado en su consulta. Ellos ya no forman parte de la organización. También otras fuentes de

información como los materiales propios de la empresa y los testimonios de las personas que positivamente hablan sobre la empresa, coinciden en las estrategias utilizadas por los empresarios con relación al funcionamiento y la dinámica de la organización. La pertenencia, la vinculación, la forma de organizarse y los productos forman parte de rituales que generan la suficiente confianza y entusiasmo entre los participantes como para encaminar sus vidas hacia esta estrategia empresarial.

Los empresarios hablan siempre desde la propia experiencia, de lo que han vivido y han visto en el resto de empresarios, de hecho, este es el mecanismo del proceso que –entienden- cada uno ha de vivir. Al principio tienen que conocer más al equipo y sus actividades, tener sus propias experiencias para comprobar si lo que están diciendo es real o no. O indagar más para decidir formar parte del equipo de trabajo o no. Se puede decir que con este contacto ya están en proceso de identificarse con los miembros de la INT.

Seguidamente, se plantean cinco preguntas de reflexión, principalmente para quien está escuchando esta información, dado que son preguntas sobre el futuro económico. Si se presentan como empresarios del siglo XXI comprometidos con el cambio no dudan en afirmar que las formas de generar ingresos están cambiando, pero ¿en qué está cambiando? La respuesta es que el modelo de distribución en red es una tendencia que deja grandes beneficios, en términos económicos y personales, para quienes participan en dicho modelo.

Utilizan como referencia a personajes influyentes, entre ellos, Robert Kiyosaki, Richard Branson y Herminio Nevárez, fundador de Internacional Networkers Team. Además de estas figuras, concebidas como especialistas en el ámbito empresarial, se toman frases relevantes para ayudar a los invitados que están escuchando el plan de oportunidad a tomar una decisión. De Robert Kiyosaki las frases enunciadas son las siguientes: “El dinero se queda con las personas que confían en sí mismas” y “Entren en acción, crea en usted mismo y comience hoy”; de Herminio Nevárez: “Es el vehículo más rápido y seguro para alcanzar la libertad financiera” y “Es el mejor negocio de todos los negocios”; y de Richard Branson: “La mejor forma de aprender de algo es haciendo” y “Si alguien te ofrece una oportunidad increíble, pero no estás seguro de que puedes hacerlo, di que sí, luego aprende cómo hacerlo”.

Este tipo de frases motivacionales son semejantes al discurso de los empresarios, que Miguel Perlado lo califica como simplista, blanco-negro, tipo eslogan que sirven casi como mantras a los cuales uno debe repetirse para alcanzar esos objetivos. En resumen un discurso sencillo, que apelando a la fuerza del sujeto busca su adhesión y su confianza en tiempo de crisis.

Con estas frases los empresarios movilizan a los participantes para que se incorporen al proceso de transformación propuesto presentándolo a todos los niveles como una oportunidad. Alentando también el reconocimiento hacia las personas que son un referente tanto en la industria como en el mundo emprendedor en general. Miguel Perlado entiende que se trata de presentar figuras idealizadas.

En definitiva, la finalidad es promover el ingreso de nuevos socios. La edificación de la empresa, del resto de miembros del equipo, del sistema educativo y de la línea de auspicio se realiza a partir de la experiencia de su propio proceso, es decir, lo que han experimentado al conocer a esas personas. Además la edificación es la base de su cultura organizacional.

#### **4.2. Organización y rituales**

4Life Research es la compañía que ofrece los productos y servicios al equipo de la INT. La edificación es una herramienta que se utiliza con los fundadores, con el CEO de la compañía y con la empresa en general, explicando también los reconocimientos que ha tenido 4Life en el mundo empresarial.

Según Miguel Perlado, en la presentación se idealizan las figuras de los fundadores, se transmiten esas figuras como un modelo a seguir y a través de eso estimulan la entrada de un nuevo socio, aunque en principio no se conozca a los fundadores. Perlado destaca que se acompaña de una aureola de misterio, a través de frases como “ya lo irás viendo, poco a poco, de forma progresiva”, es decir, promoviendo la identificación con ellos como modelos que guían lo que uno mismo podría llegar a ser.

Desde el interior del equipo se constata lo que afirma Perlado. Edifican a la empresa, a sus fundadores y al resto de empresarios porque es sinónimo de gratitud y compañerismo. Están agradecidos por lo que la empresa ofrece y por la cooperación y

apoyo que reciben por parte del equipo de trabajo. La edificación y la gratitud como valor en sí mismo son pilares valiosos para la oportunidad empresarial. Insistimos en hablar desde su propia experiencia apelando a esta fuerza como si se tratara de algo incontestable. Cuentan su proceso para ayudar a otros pero insisten en que es un proceso que cada uno debe experimentar y así comprender por qué están tan contentos, emocionados y motivados.

Los tres miembros del equipo entrevistados conocen personalmente a los fundadores de 4Life y afirman categóricamente que han podido comprobar que aquello que al principio habían escuchado de ellos es cierto, verificándolo también en su forma de dirigir su empresa.

El Diamante calificado define la relación de 4Life con la INT como un matrimonio bien avenido. Siendo la INT un grupo independiente, la asociación que tiene con la empresa entiende que es única porque hay una simbiosis entre ambas plataformas. Muchas veces desde el propio equipo empresarial hay ideas que luego la compañía las aplica y hay un gran crecimiento tanto de la compañía como del equipo. A su entender la colaboración es plena, incluso el propio equipo de la INT actúa casi como si formara parte del equipo directivo de la compañía a nivel de consulta.

Son cuatro las industrias que más éxito están teniendo en el ámbito del bienestar general y 4Life lo ha tenido en cuenta en el desarrollo de sus productos. La industria del cuidado de la piel y antienvejecimiento, la industria de energizantes, la industria del bienestar y la industria de control de peso están presentes en las diferentes líneas de productos del catálogo.

Sin embargo, hay algo exclusivo que incorporan estos productos, 4LifeTransfer Factor™. Aunque hay que recordar que en este trabajo no se analiza técnicamente el producto. Se trata de un suplemento alimentación que se ponen en valor por su aportación al ámbito de la salud y que, incluso en ocasiones se le dota de poder para revertir algunas enfermedades.

En el momento en el que hablan del producto lo hacen a través de las experiencias que han tenido al consumirlo, explicando por qué lo recomiendan. Promueven, a su vez, un estilo de vida saludable que incluye una buena alimentación y ejercicio físico. Los

empresarios se convierten en el producto del producto porque entienden que están comprando en su propio negocio, son socios de 4Life, la empresa que les paga, por tanto el cambio y las experiencias que genera el producto son las claves para recomendar y poder dar constancia de lo que relatan.

Como se trata de recomendar una oportunidad de negocio, el producto o servicio siempre va a estar adjunto, de lo contrario no se trataría de un sistema de comercialización legal. Según la ley del comercio minorista del 15 de enero de 1996, con la evolución de los últimos años, en España coexisten dos sistemas de distribución complementarios entre sí, por un lado empresas y tecnologías modernas, y por otro las formas tradicionales de comercio<sup>22</sup>.

#### **4.3. Dinámica de la INT: transformación personal y liderazgo**

Al producto le acompaña un proceso de transformación personal. Miguel Perlado afirma que el éxito ya no solo tiene que ver con el producto en sí mismo sino con una suerte de transformación personal que opera a través del producto. Ya no solo es la venta del producto sino que todo va asociado a uno mismo, se empuja a una transformación personal en todos los planos pero, sobre todo, a nivel de identidad. Ya no es solo la adhesión incondicional a la organización sino también la promesa de una transformación que conducirá a la persona a otra manera de funcionar.

Perlado destaca que en este aspecto se emparenta con otros funcionamientos que se observan en dinámicas propias de sectarismo, donde se entremezcla el producto, la persona, la identidad y la promesa de transformación. Sin embargo, hay que recordar que la membresía es fundamental en todo tipo de organización. Luego el fracaso supone una pérdida de una gran oportunidad. No solamente una oportunidad de negocio porque no ha podido desenvolverse en ese sector, sino una oportunidad de transformación personal porque va adherida al producto. Esa transformación es cuasi espiritual porque la persona va a mejorar en muchos aspectos de su vida, mejorar su comunicación y sus relaciones.

El crecimiento personal es indispensable pero es una transformación progresiva que se completa con las experiencias vividas durante el proceso que conlleva desarrollar esta

---

<sup>22</sup> Publicado en «BOE» núm. 15, de 17/01/1996



oportunidad empresarial. Las personas que dejan de formar parte del equipo se quedan con el sentimiento de que no fueron o no llegaron a ser capaces de subirse a ese tren de transformación. Una oportunidad experimentada como fracaso. Entonces esto lleva a preguntarnos, qué caracteriza a las personas que no lo han conseguido y les diferencia de otras que sí lo han conseguido, y con más relevancia cuando son los propios empresarios los que afirman que cualquier persona puede hacerlo. A esta pregunta, los empresarios entrevistados responden que puede ser por muchos motivos, pero los principales son los siguientes:

- Por la situación mental o el ego, que no dejan que la persona aprenda.
- Porque no están consultando la Guía del éxito, es decir, no siguen el sistema correctamente y lo están haciendo a su manera.
- Porque no han captado la visión de desarrollar una oportunidad para dejar un legado a otros, que trasciende no solo en el ámbito económico sino también en el social, es decir, no está comprometido realmente con su negocio, y no se trata de asistir o no a las actividades sino de adquirir un nuevo conocimiento para poder ayudar a otras personas a adquirirlo.
- Puede darse también que se deje influenciar por los demás y no querer seguir.

Siendo el compromiso y la correcta aplicación del sistema educativo la dirección acertada para que esta transformación personal se cumpla. Esto también implica que muchas personas tomen esta oportunidad como un propósito de vida. De hecho, para Miguel Perlado este es un primer nivel de análisis, en el que las personas se lo toman así, por tanto el segundo nivel de análisis es ver si la propia organización estimula este tipo de dinámica. La respuesta es sí desde todas las perspectivas, porque es su objetivo, su visión y misión de dejar un legado dentro de la humanidad.

En este aspecto difieren los cuatro entrevistados, el funcionamiento y dinámica de grupo vistos desde dos perspectivas totalmente distintas. Por un lado, Miguel Perlado con un razonamiento propio de su estudio clínico, el hecho de que la persona concentre todos sus esfuerzos en torno a la oportunidad, las relaciones, los contactos sociales, supone un acaparamiento y un colapso progresivo de su vida mental y al final todo gira en torno al producto, las reuniones, las actividades, los encuentros, etc. Esto es lo que preocupa, lo cuestionable no es el producto en sí mismo sino la dinámica

personal y grupal, si para estar dentro de una organización la adhesión debe ser incondicional y ciega, y toda tu vida al final termina girando en torno a eso, se abre una franja de riesgo, es decir, uno pierde la capacidad de movimiento autónomo y todo al final queda invadido por esta actividad.

Por otra parte, los otros tres entrevistados que son empresarios desarrolladores, desde su experiencia y proceso deciden hacer de esta oportunidad empresarial su propósito de vida porque capturaron la visión de que a través de esta herramienta pueden dejar un legado a las próximas generaciones sobre cómo desarrollar una economía más justa. Es un negocio tipo franquicia, en el que siguiendo los pasos acertados se puede acceder a un estilo de vida mejor. Además, las relaciones sociales pueden ser independientes del negocio, aunque se decida dejar el equipo de trabajo el vínculo de amistad puede continuar.

Entonces, trabajo y vida se conjugan, ya no es solamente obtener dinero sino ayudar a que otras personas también lo consigan. El propósito va más allá, en el sentido del cambio social que como colectivo están creando, a nivel de red social de transformación para que cualquier persona pueda desarrollar esta oportunidad empresarial. Quieren que los valores y principios que los definen se tornen visibles en la sociedad y que sean la base de todo tipo de negocio, no solo de redes de mercadeo. Asimismo, los miembros entrevistados se muestran felices y realizados con lo que hacen en este negocio.

El nuevo socio contará con un sistema educativo y con un equipo que está presente en más de cien países, las convenciones mundiales son ejemplo de ello, y con más de dieciséis años de experiencia, en los que la INT ha estado asociada a 4Life y han trabajado conjuntamente.

En este punto, Miguel Perlado insiste que el funcionamiento o mecanismo de la empresa tiene dos aspectos, por un lado hay una promesa de entrar en un circuito de distribución donde el nuevo socio pudiera reportar también ganancias o beneficios, es decir, realizar una actividad económica complementaria, por otro lado esto ayuda en la vida de la persona en cuestión, alega que tiene que comprar el lote y a su vez ser distribuidor. Esto también va a ir acompañado de encuentros en grupo, de reuniones euforizantes, de reuniones donde se promueve una adhesión hacia el grupo y una

identificación plena con el ideario, y esto es lo que denomina una dinámica de sectarismo. Admite que, para él, este concepto tiene una connotación peyorativa, pero es un término que a su entender describe una estructura y funcionamiento de grupo, lejos de prejuzgar su doctrinario. Añadiendo que una dinámica de sectarismo puede girar en torno a una persona pero también a una idea, un producto o a un objeto sea tótem o un producto nutricional o de belleza, es una dinámica en la que la persona puede acabar reducida a un instrumento. Además, este mecanismo funciona precisamente porque son redes de confianza, primero se estimula las relaciones personales y las relaciones de confianza, después el producto va entrando por sí solo, luego el producto y la adhesión a la empresa suceden de manera imperceptible. La persona puede decir que está controlando el proceso y que lo está decidiendo él, pero respecto a si lo decide o no, Miguel Perlado argumenta que desde la Psicología se ha demostrado que nuestras actitudes o comportamientos pueden ser influenciados innegablemente por determinados parámetros sociales, contextuales o grupales, y que nuestras decisiones pueden estar condicionadas en muchos ámbitos de nuestra vida. Pone como ejemplo si se escoge libremente en un supermercado o si hay un *background* publicitario que influye en estas elecciones, si se afirma que lo último es cierto se pregunta por qué no aceptaríamos que en un contexto grupal, euforizado o con alto contenido emocional la decisión final de una persona no puede estar mediatizada por ese contexto.

En su explicación sobre lo que conoce de la empresa concluye que no es una secta destructiva sino que tiene funcionamientos sectarios y aspectos propios de una secta. La secta destructiva es un tipo teórico, sirve para comparar y analizar distintos grupos y funcionamientos de grupo y cuanto más se acerque a este tipo teórico, se puede decir que está estructurada y funciona como una secta destructiva. Añade que es cuestión de tiempo que una agrupación con aspectos sectarios puedan cristalizar como una secta destructiva, eso depende de los estilos de liderazgo, de los comportamientos exigidos a sus adeptos y de un número de parámetros adicionales que hacen que un grupo cristalice finalmente como secta destructiva.

En cambio, desde la perspectiva de los tres empresarios entrevistados el funcionamiento del equipo asociado a la empresa se explica con los términos

emprender y aprender un nuevo sistema, con la finalidad de que la persona se adapte a la nueva economía en red. Si se considera este modelo de distribución como un modelo económico en el que el desarrollo personal tiene una especial relevancia la relación comercial del vendedor-comprador va a trascender, no se tratar de vender sino de ser modelos de inspiración, así lo explica la Diamante Presidencial. Es un modelo de distribución que tiene que ir acompañado de unos valores y principios, entonces en este tipo de trabajo trasciende la relación meramente comercial y los valores adjuntos. Por ello, debe haber una transformación personal, se deben estrechar los vínculos y trabajar en equipo.

De la misma manera, entienden que sin la cooperación de unos con otros no sería posible sin esa visión y misión que tienen en común. Una sola persona no podría tener un negocio internacional de ese calibre, es decir, sin un equipo de trabajo que está presente en más de cien países. Por ejemplo una persona nacida en Bolivia que vive en España conoce esta Oportunidad de negocio y decide poner en contacto a sus familiares y amigos con el equipo de la INT de Bolivia más cercano, con el que podrán formarse si les interesa este tipo de negocio.

Las actividades fortalecen la visión del equipo que el mismo individuo ha captado o ha percibido que algo ocurre entre ese grupo de personas, al principio debe conocer más acerca y por ello se vinculan más al equipo, siendo la experiencia personal la forma más adecuada para que comprobar que lo que se cuenta es real. Entonces saben que al estar unidos la cooperación es real. La transformación personal requiere de este proceso, que se desarrolla en un tiempo diferente dependiendo de cada persona, es necesario para entender mejor cómo se desarrolla este tipo de trabajo y cómo perfeccionar los pasos a seguir para tener éxito. Así como hablan de valores, como la integridad, deben ponerse en práctica para que la gran red social que han formado sea sólida y perdure en el paso de los años.

Ahora, hay que explicar ese proceso de transformación y por qué son tan importantes los valores. Para llevar a cabo esa transformación personal, cada individuo debe realizar un análisis introspectivo, provocando cambios para trascender en todas las áreas o, dicho en otras palabras, para ser líderes íntegros. Es cierto que, a mayor rango alcanzado hay mayor responsabilidad, por estar más expuesto; pero todos los líderes

tienen responsabilidad con la organización, para conseguir ser la organización más grande de la industria de redes. Por ello, todos los miembros deben asumir la responsabilidad de ser íntegros, liderando y siendo modelos de inspiración para los demás. Es un negocio en el que se ayuda a la gente, por tanto está diseñado para crear buenas relaciones fundamentadas en la confianza, creando así, redes solidificadas a través de la confianza. Si se trabaja con seres humanos que tienen emociones y conectan a través de emociones, los valores y principios son un pilar fundamental.

También se insiste en que el ego no tiene lugar en este tipo negocio y que la integridad en las personas es indispensable para que exista confianza, siendo la confianza el pegamento de la red. Si no se puede confiar en los demás miembros de la organización, no hay red, no hay cooperación, y lo que alimenta la confianza es estas redes es la integridad. Entre los valores y principios que definen a la organización, el más importante es la integridad porque es el que alimenta a la red, hace que crezca y se expanda. Incluso es más importante que dominar los pasos básicos del sistema educativo. De este modo, el liderazgo y la integridad se emplean en todos los ámbitos de la vida consiguiendo ser personas de influencia. Este tipo de conducta consiste en tener conciencia de los actos ejecutados y es una conducta que sirve tanto para el negocio como para la vida personal.

En un negocio sólido debe estar presente la integridad, con líderes que tengan en cuenta los intereses personales pero también los de los demás. Además, la integridad no debe confundirse con la reputación, convertirse en líderes ricos e íntegros supone ser modelos de influencia en todos los aspectos de la vida, no solo en el económico. Como trabajo y vida se conjugan el éxito financiero también es éxito personal y familiar, es la finalidad del proceso de transformación. Con el crecimiento personal la organización aspira a que los seres humanos crezcan en todos los ámbitos de su vida para conseguir un negocio de éxito. Como bien decía Miguel Perlado, el éxito ya no solo tiene que ver con el producto sino con una suerte de transformación personal que cambiará su vida a todos los niveles, visto desde la perspectiva del equipo de trabajo también va en esa dirección, es una transformación que asegura un negocio exitoso y sólido basado en esos principios y valores. Compartir esta oportunidad empresarial con otras personas supone ser un antes y un después en sus vidas.

También queda clara la idea de que no cualquier persona va a ser un líder a seguir, como dice el Diamante calificado (ver Figura A.1 del Anexo I), lo puede hacer todo el mundo pero no todo el mundo lo va a conseguir por las actitudes personales que cada uno tiene que desarrollar y aplicar. Luego, el propósito final ya no es solo el éxito financiero sino en quiénes llegan a ser, un equipo de crecimiento mundial en el que todos se beneficien y que sin importar los resultados exista una actitud de aprendizaje, tanto de los que ya tienen experiencia como los que aún están aprendiendo. En este tipo de negocio el sistema educativo es técnico, se aprende y automatiza, pero los principios y valores es un trabajo constante y diario, una tarea de cada individuo que si se llega a dominar significa éxito en todos los aspectos.

Entonces, el liderazgo se puede entender como la acción de dar ejemplo, es decir, que exista concordancia entre lo que se dice y hace, además de la aplicación de la teoría porque se adquieren conocimientos para liderar. El Diamante calificado añade que los valores que buscaba en otros puestos de trabajo o empresas los encontró en este equipo de liderazgo empresarial y que si otros lo logran para él también es una oportunidad. En las definiciones de emprender de los tres miembros del equipo hay un rasgo común, para emprender es necesaria una actitud y una mentalidad de líder. Definen este término de la siguiente manera:

- La *Diamante Presidencial* (ver Figura A.2 del Anexo I): “No quedarse con lo que hay sino hacerse preguntas y accionar, si uno no se hace preguntas se queda estancado, se queda limitado. Por naturaleza nos hacemos preguntas constantemente los seres humanos” (Anexo III).
- El *Diamante Calificado* (ver Figura A.1 del Anexo I): “Emprender significa tomar las riendas de tu vida, dedicarte de forma personal a algo que te ilusiona, te apasiona y algo que sientes como futuro y crear las condiciones para que eso que has sentido o eso que uno quiere hacer se lleve a cabo de la mejor manera posible” (Anexo V).
- El *Diamante Presidencial*. “Yo siempre he dicho que un emprendedor es aquel que sale de su zona de confort, aquel que no tiene miedo a comenzar cosas nuevas, es aquel que tiene una visión clara y sobre todo un sueño que lo permeé por completo, que lo apropie dentro de su alma, dentro de su mente,

dentro de su cuerpo entero, y que eso mismo haga que ese emprendedor sea quien sea, sea joven, grande, con dinero o sin dinero, no importa, pero que el emprendedor que ya tiene un propósito dentro de sí, pueda marcar un cambio dentro de la vida de cada persona que se le ponga enfrente. También para mí un emprendedor, un empresario, es aquel que crea riqueza dentro de su país, que crea oportunidades, cambios dentro de su círculo o de su país o de su ciudad o de su escuela, de su familia. Para mí eso es un emprendedor, alguien que sabe marcar una diferencia, pero sobre todo que modela con el ejemplo cómo puede hacerse un cambio dentro de su sociedad” (Anexo VI).

Por tanto, un ritual eficaz en este tipo de trabajo tiene ciertos componentes que dan lugar a los efectos del ritual tras los diferentes encuentros que se producen. Partiendo de la idea de que el proceso de interacción transforma las emociones transitorias en energía emocional, en experiencias. Entonces cuando hay una reunión colectiva dentro del equipo de trabajo hay una co-presencia corporal estableciendo una demarcación frente a otros, aquellos que no pertenecen a la organización. Sin embargo, estas personas son invitadas a un encuentro en el que están presentes emociones que pueden llevar a otras personas a tomar la decisión de experimentar un proceso de transformación en todos los ámbitos de su vida, no sólo en el plano económico. Estas emociones una vez captadas por los individuos pueden generar diferentes experiencias que lleven al individuo a estar predispuesto -o no- a la acción. Esta acción o suceso común consiste en seguir los pasos del sistema educativo, realizar un análisis introspectivo y un apego a la organización, generando así un foco de atención común que denominan transformación personal, luego el individuo también recibe estímulos por parte de su organización, para generar un estado emocional compartido, entendiendo que estar unidos favorece la cooperación entre unos y otros, además del compromiso individual y colectivo. De manera que, este foco de atención común y la emoción de los miembros deben estar en consonancia mutua para crear una experiencia emocional compartida que consiste en conseguir la libertad financiera y funcional ayudando a que otras personas también aprendan este mecanismo.

Esto provoca una efervescencia colectiva que genera los efectos del ritual exitoso. Estos efectos son la solidaridad social o membresía social, energía emocional individual

y símbolos de relación social, definiéndose las pautas de moralidad. Al ser el ritual eficaz es visto como un logro colectivo perseguido por la motivación de los miembros, sucede así en la medida en que el ritual alcanza altos niveles de intensidad. Por otra parte, la energía emocional es un sentimiento de contento y confianza si es de magnitud alta. Por último, los símbolos de relación social se convierten en objetos sagrados, como el producto y el material de trabajo, tomando como ejemplo la Guía del éxito.

Ahora bien, las variaciones en los componentes de este ritual exitoso dan lugar a otros dos tipos de rituales. Los rituales fallidos que agotan al sujeto, se dan porque hay variaciones en la intensidad de la consonancia entre el foco de atención común y el estado emocional compartido dentro de la organización, afectando a la membresía social y a sus ideas y, en consecuencia, el empresario deja de pertenecer al equipo de trabajo porque no está dentro de la experiencia emocional compartida del ritual exitoso. En el presente trabajo se han nombrado los cuatro motivos más importantes por los que un empresario no tiene resultados y, efectivamente, se deben a que no comparten la experiencia emocional de grupo. Posteriormente, los rituales forzados son los que no crean, sino que minan la energía emocional, así como en el ritual eficaz la magnitud es alta, en este tipo de ritual la magnitud es baja, el individuo no tiene un sentimiento de contento y confianza, por tanto, se siente ajeno al grupo.

#### **4.4. Distribución en red y plan de compensación**

Cuando hablan de cambio en el ámbito económico se refieren al cambio de un modelo de comercialización a otro como tendencia. El primero es un modelo conocido y al que se le puede atribuir el adjetivo de tradicional, porque es el modelo de distribución empleado desde que se implantó la fábrica. En este modelo de comercialización tradicional el producto sale de la fábrica, pasa por una serie de intermediarios (mayorista, almacén, tienda, promoción, publicidad, etc.) para llegar finalmente al consumidor. Entonces, lo que marca la diferencia con respecto al primero, es que en este cambio se incorpora al consumidor en el modelo de producción para que también tenga beneficios de lo que está comprando. En este segundo modelo de distribución del producto hay una venta directa, de la fábrica al consumidor, por tanto, si el



consumidor se asocia con la fábrica tiene la posibilidad de ser empresario desarrollador, formando parte de lo que consideran la tendencia económica del presente y del futuro.

De manera que, esta tendencia va a partir de la recomendación. Aunque siempre se ha recomendado, por ejemplo, una película o un bar, la persona que ha recomendado no recibe de los beneficios que genera lo que ha recomendado. La Diamante Presidencial entrevistada añade, como la empresa llega directamente a sus consumidores a través de intermediarios o publicidad, el producto tiene que ser de alta calidad, si no lo fuera las personas no lo usarían, entonces su publicidad es la publicidad de la calidad, siendo la calidad la que vende. Ella lo compara con la labor que hace un médico, un terapeuta o un arquitecto, “si yo soy un buen arquitecto y construyo casas de calidad, otra persona me va a traer a su amigo para que le haga otra casa y él me va a traer a otro amigo para que le haga otra casa porque he hecho un buen trabajo, he entregado el trabajo a tiempo, he hecho el control de calidad”. La calidad da resultados, da rentabilidad. Las empresas actualmente deben fundarse en unos valores y cuidar de sus personas usuarias para crecer. Son los usuarios de esta empresa en concreto, los que cuentan por qué les gusta y son los responsables de que la empresa siga viva, dado que hablamos de una recomendación directa. Los tres entrevistados que de la organización INT coinciden en este punto, les gusta lo que ofrece la empresa y, por ello, la recomiendan. La Diamante Presidencial describe esta tendencia como una economía social solidaria, ya que 4Life distribuye entre todos los usuarios de su producto y de su servicio la economía que la empresa genera, es decir, reparte entre sus usuarios todo el volumen mundial que genera la empresa, aunque tiene muchas formas de pagar, como puede ser el ingreso residual o bonos rápidos. Por su parte, el diamante calificado considera que la economía debe estar más repartida y que con este modelo de distribución se puede conseguir, al haber una unión de profesionalidad, economía, colaboración, crecimiento personal y quizás una misión o una forma de actuar más ética, más justa a nivel global. Tanto en la parte del negocio como del producto ha podido ver cambios en las personas a las que ha recomendado algo que a él le funcionada. Al igual que al diamante presidencial de México, que

centrado en duplicar el sistema educativo en sus socios, lo que se considera la parte profesional, ha conseguido crear un negocio sólido y en crecimiento a sus 21 años.

También muestran las ventajas del ingreso o bono residual que se puede ganar con el Network Marketing frente al ingreso lineal, el que se gana en un empleo. Al compararlos el último parece quedar obsoleto. Para explicarlo de una forma sencilla, el ingreso lineal es el que se gana trabajando ciertas horas por una determinada cantidad de dinero, entonces, el tiempo puede ser el mejor o el peor aliado. Hay que trabajar de treinta a cuarenta años para tener una jubilación, siguiendo un horario fijo de ocho a doce horas y el ingreso es limitado porque solo se cobra por las horas que se trabaja. Además, si la mayor parte del tiempo se invierte en trabajar queda menos tiempo para realizar otras actividades, como aficiones, por ejemplo. Entonces a esta limitación se presenta la alternativa de poder tener un ingreso residual, aquel que cobran los cantantes, escritores o dueños de patentes. Se trata de cobrar pequeños porcentajes de una gran cantidad de ventas. Entre los muchos ejemplos que dan los empresarios está el caso de Michael Jackson, fue un cantante exitoso y tras su muerte sus regalías pasaron a manos de sus hijos, quienes seguirán cobrando por el trabajo que hizo su padre. En el Network marketing funciona de manera similar, el empresario crea una estructura en red formada por personas que hacen uso del producto o del servicio, por ello cobrará un ingreso residual cada mes y los porcentajes que cobra en cada nivel están impuestos en el Plan de compensación de cada empresa.

Por abrirse un código como empresario desarrollador de manos de 4Life puede hacer que su negocio crezca exponencialmente porque no hay límites de crecimiento en una red. Incluso ese código que es su negocio, puede ser vendido o heredado. Son algunas de las ventajas del ingreso residual, pero la más importante es la de ganar tiempo. Un empresario se dedica de dos a cinco años a aprender y a duplicar a sus socios, con un horario flexible porque le puede dedicar las horas que quiera durante el día, con la finalidad de que la base que construya sea sólida y pueda seguir creciendo sin la necesidad de que esté presente, es decir, puede irse de vacaciones y su negocio sigue creciendo porque en su negocio hay socios que siguen aplicando el Ciclo del Momentum. Para los miembros de la INT es rentable dedicar este tiempo a un negocio

de este tipo, lo prefieren porque no quieren una jubilación sino regalías y tener la Libertad financiera y funcional de la que hablan.

Nuevamente los tres entrevistados coinciden en este punto, se gana tiempo con el ingreso residual, porque haces bien un trabajo una sola vez y cobras el resto de tu vida y dos generaciones más. Van a cobrar por crear una red de distribución de autoconsumo empresarial. Los tres quieren tiempo para disfrutar con su familia y amigos, poder vivir relajados y tener buenas relaciones con sus socios, trabajando juntos para conseguir que todos los que se unan al equipo de la INT también puedan disfrutarlo. Simplemente creen que hay que imponer un sistema, un sistema que funcione en el presente y en el futuro.

Esta industria nació hace muchos años, sin embargo, ha tenido auge en esta última década. La Diamante Presidencial deja claro que es un modelo económico que nació hace más de setenta años pero era el mundo el que no estaba preparado para esta nueva economía, porque no existía la globalización, ni Internet, no se viajaba tanto como se hace ahora, es decir, ahora estamos más interconectados. Por tanto, es un modelo de distribución que nace antes de tiempo, pero ahora en el siglo XXI ofrece una oportunidad real porque la sociedad está preparada para la economía en red. La idea de esta economía moderna o actualizada es diferente, porque ya no es con estructuras, ni con enormes gastos fijos, ya no es de un lugar o un país, sino que está interconectada. Los cambios en la economía y en la tecnología son los que han permitido el desarrollo del Network Marketing. Basta con saber que hoy en día estamos rodeados de redes, desde Facebook hasta las grandes cadenas de franquicias como Starbucks.

A la pregunta, ¿Cómo iniciar su propia empresa obteniendo su número de franquicia internacional? La respuesta es la opción de empresario desarrollador, pero también hay otras dos opciones, por un lado, ser cliente preferencial del producto y, por otro, ser distribuidor o vendedor, es decir, obtiene el producto a precio de fábrica y se beneficia porque lo vende a un precio más alto; sin embargo, este precio es establecido por la misma empresa para que no exista competitividad entre los distribuidores. Posteriormente se explican los cuatro pasos para iniciar, el paso número uno es firmar un contrato que va a dar al nuevo socio un código de un negocio

tipo franquicia, el paso número dos consiste en hacer una primera compra y probar personalmente el producto, el tercer paso es realizar un mínimo de 100 puntos mensuales para poder tener en funcionamiento el negocio, esta compra mensual no es obligatoria pero se efectúan cambios en lo que cobrará ese mes siguiendo el Plan de Compensación de 4Life, el último paso es compartir la información y recomendar la Oportunidad de negocio profesionalmente.

Para empezar se puede realizar una primera compra mínima de 100 puntos, pero hacer una compra mayor supone disponer de ciertas ventajas en las siguientes compras. Hay un paquete de 400 puntos, uno de 250 puntos y otro de 125 puntos, creados como estrategias para un rápido crecimiento de los negocios de los empresarios.

- Los bonos rápidos que se pueden obtener en 4Life son los siguientes:
  - Cobrar el 25% del excedente de 100 puntos o LP. Aunque no es obligatoria la compra personal o autoconsumo mensual de mínimo 100 puntos es necesaria para tener el derecho a cobrar, tanto el ingreso residual como los bonos rápidos que se hayan realizado en ese mes, de lo contrario el ingreso producido lo cobrará la persona que lo inscribió, es decir, su up-line o líder. Se trata de un mínimo que si se sobrepasa el 25% del excedente se revierte a la persona en cuestión.
  - Cobrar el 25% de la primera compra de distribuidores personalmente inscritos.
  - Power Pool. Se distribuye un 3% de los puntos mundiales a los empresarios que consigan cumplir los requisitos para hacer un Power Pool. Se trata de inscribir personalmente a tres nuevos socios en un mes y que esos nuevos socios hagan su compra mínima de 100 puntos en el siguiente mes. Este bono va a depender del volumen de puntos que la compañía movió en el mes y la cantidad de distribuidores que califiquen en ese mes. Ese 3% se reparte de la siguiente manera: un 2% se paga a todas las personas que han hecho Power Pool y el otro 1% va destinado a los viajes Great Scape que se obtienen por sorteo, o sea, a cada persona que hace Power Pool se

le entrega un boleto para un sorteo, por ejemplo cruceros en el Caribe, donde estarán también con miembros del equipo de otros países.

- Programa de Lealtad, en el que el empresario se puede inscribir para cobrar hasta un 84% de los puntos mundiales generados, entre el ingreso residual y los bonos rápidos, siempre que se realice un autoconsumo mensual mínimo de 125 puntos. Con la primera compra y este programa, que se ha implementado como estrategia de la empresa, se obtienen una serie de ventajas que se pueden apreciar en la Tabla 1.

**Tabla 1.** Beneficios del Programa de Lealtad.

Realizando una primera compra del paquete de 400 puntos		Realizando una primera compra del paquete de 250 puntos		Realizando una primera compra del paquete de 125 puntos	
Ventajas		Ventajas		Ventajas	
Por esta primera compra recibe 100 puntos que se pueden canjear a partir del segundo mes y se caducan en un año		Por esta primera compra recibe 50 puntos que se pueden canjear a partir del segundo mes y se caducan en un año		Por esta primera compra no recibe puntos para canjear	
Un producto de regalo cada mes		Un producto de regalo cada mes		Un producto de regalo cada mes	
Devolución de un 30% en puntos acumulables por las compras mensuales. Se pueden canjear a partir del segundo mes de estar inscrito, luego se pueden canjear mes a mes y se caducan en un año		Devolución de un 20% en puntos acumulables por las compras mensuales. Se pueden canjear a partir del segundo mes de estar inscrito, luego se pueden canjear mes a mes y se caducan en un año		Devolución de un 10% en puntos acumulables por las compras mensuales. Se pueden canjear a partir del segundo mes de estar inscrito, luego se pueden canjear mes a mes y se caducan en un año	
Ejemplo del autoconsumo mensual		Ejemplo del autoconsumo mensual		Ejemplo del autoconsumo mensual	
125 puntos	250 puntos	125 puntos	250 puntos	125 puntos	250 puntos
Acumula 37,5 puntos	Acumula 75 puntos	Acumula 25 puntos	Acumula 50 puntos	Acumula 12,5 puntos	Acumula 25 puntos

*Fuente: elaboración propia a partir del diverso material de la organización.*

Con este tipo de estrategia lo que se quiere conseguir es un mayor porcentaje de Auspicio, que conlleva un gran crecimiento tanto de la empresa como del equipo de trabajo. Estos tres miembros del equipo de la INT concuerdan en que ser socios de 4Life es la mejor forma de emprender en un negocio de redes, porque ofrece los mejores incentivos de toda la industria.

El Plan de compensación tiene dos aspectos que sirven para comparar y evaluar los planes de compensación de unas empresas y otras, estos aspectos son el tipo de plan de compensación o estructura del mismo y la distribución de las comisiones a través del plan. A lo largo de la historia de esta industria han existido diferentes tipos de planes de compensación y son cuatro los que se van a tener en cuenta<sup>23</sup>.

- El primero se llama Matriz, creado en los años 80, del que existen diferentes configuraciones. Las más utilizadas, en los últimos 20 años, son 2x9, 2x12, 3x9, 4x7. El primer número representa la cantidad de frontales directos<sup>24</sup> que se puede tener, mientras que el segundo número representa la cantidad de niveles<sup>25</sup>. Este tipo de plan, limita tanto en el ancho como en profundidad de la red porque una vez completado el número de frontales directos, los nuevos socios directos ya no ocupan esa frontalidad sino que pasan a la frontalidad de otros downline<sup>26</sup> en profundidad para ir llenando la matriz, entonces esta limitación en la red hace que las ganancias también sean limitadas. Es un plan que ha ido perdiendo popularidad.
- El segundo se denomina escalonado o por ruptura. Es el plan más antiguo y el más utilizado, aunque ninguna empresa creada en los años 90 lo ha utilizado. Se puede tener un número ilimitado de asociados en la línea frontal. Se obtiene mayor descuento por el producto y mayores comisiones por la venta de los productos por parte de los auspiciados, pero también habrá una mayor obligación de compra de productos porque a medida que los downline vayan obteniendo mayores comisiones por el volumen de su grupo, las comisiones de la persona que los auspició van disminuyendo hasta un 2 a 5% promedio, lo que

---

<sup>23</sup> Información obtenida por el libro ¿Por qué 4Life?, siendo material de los miembros de la organización

<sup>24</sup> Pertenece al ancho o profundidad de la red

<sup>25</sup> Pertenece a lo largo o profundidad de la red

<sup>26</sup> Son las personas que forman parte de la estructura de un up-line

supone una limitación de la profundidad. Si se paga más por los niveles frontales que por la profundidad de la red la persona en cuestión llenará solo su primer nivel.

Se denomina de ruptura, porque en un determinado momento las personas que están en la red logran cierto nivel o rango de la compañía y se rompen o se separan de la persona que los auspició en un primer momento, y se forman organizaciones separadas. Sucede también que, a veces, no se llega al volumen requerido y los asociados compran un excedente de productos para poder cobrar comisiones. Por tanto, este tipo de plan está enfocado a las ventas y en el auspicio de la frontalidad, más que en el trabajo de equipo y la duplicación. El plan ha ido decreciendo y perdiendo popularidad.

- El tercero se llama binario o híbrido. Se basa en el principio de dos brazos o piernas, es decir, dos frontales asociados. Se alterna la construcción de la red por dos lados, izquierda y derecha. Esto supone una limitación en el ancho de la red y, generalmente, se paga cada semana. Para capitalizar este tipo de plan hay que balancear el crecimiento de las dos líneas frontales porque de lo contrario no se cobran comisiones. Es la gran desventaja de este modelo, si el asociado no tiene niveladas las dos líneas no va a recibir grandes comisiones, ya que la empresa paga en base a la línea más débil o más pequeña. Por ejemplo, el frontal A tiene 90 personas y el frontal B tienen 10 personas, la empresa paga la línea B por ser la más pequeña. Otra desventaja es que las personas entran pensando que el “up-line” va hacer todo el trabajo, ya que solo se necesitan dos personas en la frontalidad y el excedente de esos asociados pasan a los downline de la profundidad, como ocurría en el primer caso del modelo Matriz. Estas personas terminan desmotivándose y abandonan, por ello este tipo de plan tiene altos niveles de auspicio pero bajos niveles de retención. Estas compañías también tienen bonos de inicio rápido y compresión dinámica. Entonces la mayor parte de los ingresos que reciben los asociados provienen del paquete de entrada cuando un nuevo socio ingresa, por tanto no producen un verdadero ingreso residual a medio ni a largo plazo.

- El cuarto se denomina Uninivel (actualmente Uninivel híbrido) y es uno de los planes de compensación más justos de la industria. Presenta las siguientes ventajas:
  - Las personas asociadas directamente forman un primer nivel, luego las personas que asocian los miembros de este primer nivel forman un segundo nivel y así sucesivamente.
  - Ancho ilimitado y profundidad limitada en sus comienzos. Aunque en la actualidad los niveles híbridos permiten auspiciar una frontalidad y una profundidad ilimitada siempre que se cumplan unos requisitos, según cada compañía, cuando se maneja determinado volumen o se llega a cierto rango.
  - No requiere un volumen de compras mensuales alto, lo que permite un nivel de retención más alto.
  - Pagan bonos adicionales por el excedente de productos que se mueven personalmente. Además tienen bonos de inicio rápido, bonos generacionales<sup>27</sup>.
  - Aplica la compresión dinámica para aumentar la capacidad de las ganancias. Actualmente un 37% de las compañías lo utilizan.

Por consiguiente, en un plan de compensación uno de los aspectos más importantes es cómo están distribuidas las comisiones en los diferentes niveles del plan. Pero antes hay que comprender la dinámica de los factores geométricos de crecimiento de las redes, conociendo así los planes de compensación que van a favor de estos principios y que permitan construir negocios exitosos a largo plazo. Observando el factor geométrico de crecimiento de una red se capta la idea de que a mayor profundidad mayor será la cantidad de personas en la red, entonces los principios de un plan de compensación deben ir a favor de este crecimiento. Sin embargo, hay planes de compensación que van en contra de estos principios porque la mayor parte de las comisiones están en los primeros niveles, por tanto en la profundidad donde más está la gente, las comisiones son bajas o más bien escasas. Esta es la causa de que los planes de compensación que ponen la mayor parte de las comisiones en los primeros

---

<sup>27</sup> Cuando se alcanza determinado rango la compañía permite acceder a un pequeño por ciento del volumen de todas las redes que estén en el mismo rango



niveles no ayudan a construir un negocio en profundidad, los porcentajes de ganancia están mal distribuidos, en consecuencia no es un negocio sólido.

Las compañías que han promovido el plan de compensación como el beneficio principal no han entendido los principios de la comercialización en red. Ciertamente es un factor importante pero no el único para producir los ingresos y la retención de los distribuidores. Un plan de compensación equilibrado distribuye correctamente las comisiones a través de todos los niveles de pago, permitiendo un alto nivel de retención porque beneficia a toda la estructura organizacional, que son los distribuidores con pequeños volúmenes, distribuidores con medianos volúmenes a tiempo parcial y líderes con grandes volúmenes a tiempo completo. Esto también favorece el desarrollo de liderazgo y duplicación, se puede trabajar con cualquier persona en la profundidad y desarrollarlos porque el plan de pago alcanza la profundidad, permitiendo una mayor retención en todos los niveles.

Otro aspecto que sirve para comparar y evaluar los planes de compensación es determinar los puntos o LP, que se refieren al porcentaje que paga realmente el plan en relación al costo del producto. Al saber que en el caso de 4Life un punto equivale a un dólar se puede tomar como ejemplo un producto de 100 dólares. Si el costo del producto es de 100 dólares y el puntaje es de 50 puntos o LP siendo el 50% del costo, y el plan de compensación dice que paga un 50% en el segundo nivel, entonces el pago real al distribuidor es un 25% del costo, no el 50%.

Estos son los factores que hacen producir los resultados en las compensaciones que reciben los distribuidores, son los responsables de un buen o un mal programa de compensación, son los encargados de que una organización crezca y perdure en el tiempo.

Entrando ya en el Plan de Compensación de 4Life se puede ver que sus características indican que es un plan con compensación dinámica balanceado que permite generar grandes ganancias en la profundidad. Además el equilibrio del que se habla es el que permite que los distribuidores tanto experimentados como los menos experimentados se beneficien uniformemente. Ha balanceado el sistema de pagos para la retención de las tres categorías de distribuidores en la red que son los distribuidores con pequeños

volúmenes, los distribuidores con medianos volúmenes y los líderes con grandes volúmenes. Según el rango 4Life distribuye las comisiones de la siguiente manera:

- *Distribuidores con pequeños volúmenes*

1. Nivel de los líderes. El líder realizando un autoconsumo mínimo de 100 puntos se beneficia de lo siguiente:

1. Bonos rápidos, nombrados anteriormente. Cobrar el 25% del excedente de 100 puntos de la compra personal, cobrar el 25% de la primera compra de los distribuidores personalmente inscritos, y el Power Pool que paga un 3% de los puntos mundiales.
2. Bono residual que se paga siguiendo el Plan de Compensación.
3. La compresión dinámica puede aumentar más la ganancia a diferencia de un plan que no la tenga. Si un distribuidor no compra, el distribuidor más cercano en la profundidad cobra los niveles del que no compró, y lo pagan al por ciento correspondiente. Esto permite que los niveles de un distribuidor que tengan la debida profundidad siempre van a estar llenos y no habrán espacios vacíos.

El Plan de Compensación beneficia a los distribuidores con pequeños volúmenes, también llamados líderes, a través de tres tipos de bonos rápidos y un bono residual de 3 niveles con compresión dinámica. En las Tablas 2 y 3 se incluyen ejemplos de una red sin compensación dinámica y otra de compensación dinámica.

**Tabla 2.** Ejemplo de una red sin compensación dinámica.

	Up-line	Puntos comprados	Porcentaje/ %	Ganancia/\$
<b>Downline 1</b>	1º nivel	0	2	0
<b>Downline 2</b>	2º nivel	100	25	25.00
<b>Downline 3</b>	3º nivel	500	5	25.00
Sin compresión dinámica el distribuidor cobra solo hasta este punto, un total de \$50				
<b>Downline 4</b>	4º nivel	300		0.00

*Fuente: elaboración propia a partir del libro de la organización ¿Por qué 4Life?*

**Tabla 3.** Ejemplo de una red con compensación dinámica

	Up-line	Puntos comprados	Porcentaje/ %	Ganancia/\$
Downline 2	1º nivel	100	2	2
Downline 3	2º nivel	500	25	125
Downline 4	3º nivel	300	5	15
Con compresión dinámica el distribuidor cobra en este punto un total de \$142				

*Fuente: elaboración propia a partir del libro de la organización ¿Por qué 4Life?*

- *Distribuidores con medianos volúmenes.*

En este punto 4Life garantiza 4 niveles de profundidad de una posición igual a la del up-line o mayor, marcando diferencia con otros planes de compensación de la industria, dado que cuando alguien iguala o supera al up-line deja de cobrar las comisiones de esos niveles. Esto se denomina ruptura, o bloqueo, y está presente en planes de compensación que no pagan en profundidad. Además, cuando se consigue el rango de diamante presidencial 4Life paga dos generaciones de diamantes presidenciales en la profundidad.

1. Diamante calificado. En este punto 4Life garantiza 4 niveles de profundidad (Tabla 4, Figura A.1 del Anexo I) de una posición igual a la del up-line o mayor, marcando diferencia con otros planes de compensación de la industria, dado que cuando alguien iguala o supera al up-line deja de cobrar las comisiones de esos niveles.

**Tabla 4.** Porcentajes de un Diamante según el plan de compensación

Niveles	Ganancias/%	Comisiones del primer diamante del 5º nivel
1º	2	
2º	25	
3º	5	
4º	6	
5º	6	
6º	6	2%
7º	6	25%
8º	6	5%
9º	0	6%

*Fuente: elaboración propia a partir del libro de la organización ¿Por qué 4Life?*

2. Diamante Presidencial (Tabla 5, Figura A.2 del Anexo I). Para esta posición se requiere de 8 distribuidores inscritos personalmente, 10.000 puntos en los 3 primeros niveles, 2 diamantes en líneas separadas y se cobra el 12% del cuarto nivel hacia abajo. Como se ha visto antes, 4Life paga 4 niveles de una posición igual o superior al up-line. En este rango se cobran dos generaciones de diamantes presidenciales al 3% y 4 niveles al 3% de un tercer diamante presidencial de la misma línea. Se empieza a cobrar Bonos generacionales, aunque cobrar por niveles y por generaciones es diferente, cuando la compañía paga comisiones de una generación es del volumen total del diamante presidencial.

Por ejemplo, en un quinto nivel un downline califica como diamante presidencial, el up-line cobra el 12% en esos 4 niveles, el 3% en profundidad de ese primer diamante presidencial, el 3% de un segundo diamante presidencial y 4 niveles de un tercer diamante presidencial al 3%.

**Tabla 5.** Porcentajes de un Diamante Presidencial según el plan de compensación

Niveles	Ganancias/%	Comisiones de los diamantes presidenciales calificados en el 5º nivel, 11º nivel y 16º nivel		
1º	2			
2º	25			
3º	5			
4º	12			
5º	12	Primer diamante presidencial	Del primer diamante presidencial que ha igualado al up-line, se cobra el 12% en los 4 niveles	Primera generación al 3%
6º	12	2%		
7º	12	25%		
8º	12	5%		
9º	3	12%	El up-line va a cobrar el 3% en profundidad de la red de este diamante presidencial	Segunda generación al 3%
10º	3	12%		
11º	3	Segundo diamante presidencial		
12º	3	2%		
13º	3	25%		4 niveles al 3% del tercer diamante presidencial
14º	3	5%		
15º	3	12%		
16º	3	Tercer diamante presidencial		
17º	3	2%		
18º	3	25%		
19º	3	5%		
20º	0	12%		

Fuente: elaboración propia a partir del libro de la organización ¿Por qué 4Life?

- **Grandes líderes**

1. Diamante Internacional (Tabla 6, Figura A.3 del Anexo I). Para esta posición se requiere de 10 distribuidores inscritos personalmente, 20.000 puntos de volumen en los 3 primeros niveles, 2 diamantes presidenciales en líneas separadas. En este rango en concreto, 4Life paga 4 generaciones, las dos primeras al 2%, la tercera y cuarta al 2%, además de 4 niveles al 2% de un tercer Diamante Internacional.

**Tabla 6.** Porcentajes de un Diamante Internacional según el plan de compensación

Primera generación	Diamante presidencial	3%
Segunda generación	Diamante presidencial	3%
Primera generación	Diamante Internacional	2%
Segunda generación	Diamante Internacional	2%
Además 4 niveles del tercer Diamante Internacional		2%

*Fuente: elaboración propia a partir del libro de la organización ¿Por qué 4Life?*

Premier Pool. Es otro bono para el Diamante Internacional. La compañía distribuye un 2% de los puntos mundiales entre los distribuidores de este rango, un 1% entre todos por igual y un 1% en base porcentual de su volumen organizacional. Entonces, la compañía garantiza a un Diamante Internacional el pago de dos generaciones más de Diamantes Internacionales y 4 niveles del tercer Diamante Internacional al 2%, más un bono de 2% de las ventas mundiales.

2. Diamante Internacional Oro (Tabla 7, Figura A.4 del Anexo I). Para esta posición se requiere de 12 distribuidores inscritos personalmente, 20.000 puntos de volumen en los 3 primeros niveles, 3 Diamantes Internacionales en líneas separadas con 50.000 puntos o más por línea, 250.000 de volumen organizacional. En este rango en concreto, 4Life paga 6 generaciones. Se garantiza el pago de dos generaciones más de Diamantes Internacionales Oro y 4 niveles del tercer Diamante Internacional Oro al 2%, más el doble de bonificación en el bono de las ventas mundiales.

**Tabla 7.** Porcentajes de un Diamante Internacional Oro según el plan de compensación

Primera generación	Diamante presidencial	3%
Segunda generación	Diamante presidencial	3%
Primera generación	Diamante Internacional	2%
Segunda generación	Diamante Internacional	2%
Primera generación	Diamante Internacional Oro	2%
Segunda generación	Diamante Internacional Oro	2%
Además 4 niveles del tercer Diamante Internacional Oro		2%

*Fuente: elaboración propia a partir del libro de la organización ¿Por qué 4Life?*

3. Diamante Internacional Platino (Figura A.5 del Anexo I). El Diamante Internacional Platino recibe un bono de liderazgo que es el 1% de las ventas mundiales que se divide a partes iguales entre todos los platinos. El aspecto a destacar en este rango es que la oportunidad de alcanzar este rango se debe al balance en la distribución estratégica de las comisiones en el Plan de Compensación de 4Life. Los distribuidores con ninguna o poca experiencia en esta industria son incentivados con bonos rápidos y tres niveles de ingresos residuales en un principio. Para los líderes intermedios, 4Life pone otro porcentaje de las comisiones pagando desde el cuarto nivel hacia abajo, lo que permite al distribuidor desarrollar su negocio desde tiempo parcial hasta tiempo completo. Esta empresa paga dos generaciones al 3% de una posición igual a la suya o mayor, a diferencia de otros planes que promueven un modelo de bloqueo o ruptura que corta las comisiones de los distribuidores en la profundidad de su red. En consecuencia, no se puede desarrollar el liderazgo ni un modelo de duplicación, ya que resulta poco gratificante trabajar con personas e invertir tiempo para luego perder a esas personas porque el plan de compensación no paga la profundidad. Por otro lado, los líderes experimentados se implican más porque el Plan de Compensación paga niveles muy profundos. Este es el tipo de plan de compensación que permite a un empresario de 4Life alcanzar la Libertad financiera, porque son porcentajes pequeños, pero porcentajes de muchas personas.

El sistema educativo y el plan de compensación de 4Life hacen que la oportunidad empresarial sea real, por tanto, cuando los miembros ven por sí mismos que se puede conseguir libertad financiera, porque otros miembros lo están consiguiendo, siguen poniendo en marcha el sistema para lograrlo.

Una posible línea de investigación sería comparar algunas de las empresas de redes y sus planes de compensación para explorar más aún en el alcance que el Network Marketing está teniendo en la sociedad actual. Esto implica también plantear cuáles son las empresas con mayor éxito en esta industria.

Las personas que forman parte de la organización tienen sueños y metas que pueden entenderse como el motor de acción para alcanzar la libertad funcional y económica. Por ello, hablan de esta oportunidad de negocio como el medio para cumplir lo que les gustaría hacer con tiempo y dinero.

Los cuatro entrevistados coinciden en que existe una oportunidad de negocio. Miguel Perlado dice que en consonancia a los tiempos que estamos viviendo, donde hay un azote de la crisis, donde cada vez más se buscan salidas alternativas o salidas donde uno pudiera ganar más en menos tiempo, siendo algo que ocurre en todos los ámbitos, se intenta generar nuevos estilos de negocio. Aunque como bien lo vuelve a explicar, son sistemas que existían de antes pero ahora están en auge, esto lleva de nuevo a las palabras de la diamante presidencial, es un sistema que existía hace muchos años pero la forma en la que se está estructurando la economía y la tecnología permite su auge y facilidad a la hora de realizar este tipo de trabajo. Sin embargo, los miembros de la INT se asocian a 4Life porque ven principalmente tres diferencias con el resto de empresas de la industria y son las siguientes:

- El producto que se consume está patentado, hay un equipo científico encargado de investigar y un Consejo de Ciencias Médicas que supervisa. Es un producto que no tiene ninguna otra empresa.
- El Plan de Compensación es el más alto de la industria, la empresa paga hasta un 64% en ingresos residuales a sus distribuidores y hasta un 84% si están inscritos en el Programa de lealtad que es un bono rápido.
- El sistema educativo y equipo de trabajo. La empresa cuenta con un equipo y un sistema que enseña -paso a paso- a los empresarios cómo crear y desarrollar una genuina red de mercadeo sin necesidad de vender productos. Además tener un equipo y un sistema internacional permite a los nuevos socios apalancarse y hacer negocios a nivel mundial. Eliminando cualquier tipo de competitividad entre sus empresarios independientes y edificando a la empresa y al equipo con ciertos valores.

El auge de esta industria va de la mano del descontento con la situación económica del país, con su Gobierno y con la falta de empleo, se promueve la cultura de emprender y liderar cada uno su futuro, así como su economía. El barómetro del CIS de marzo de 2017, estudio nº 3170, muestra que de un total de 2.487 encuestados, el 72,3% contestó que el paro es el principal problema de España, seguido de un 44,8% que contestó que la corrupción y el fraude es el segundo problema, y un 22% contestó que el tercer gran problema de España estaba relacionado con la economía.



## CONCLUSIONES Y CUESTIONES ABIERTAS

Destacar el contexto en el que se desarrollan tanto la economía del Network Marketing como las redes de relaciones y rituales de interacción que se crean en la misma. El trabajo realizado por la organización INT genera redes de relaciones y rituales de interacción donde los participantes se incorporan a un equipo de trabajo para aprender a desarrollar estrategias y técnicas que les permiten obtener beneficios económicos. En este punto, nos preguntamos cuánto puede influir realmente la situación económica del país en los individuos para buscar nuevas formas de ganarse la vida o diferentes tipos de negocios.

El éxito en la organización va asociado a los rituales de interacción exitosos que generados dentro del equipo producen confianza, entusiasmo y, a posteriori, lealtad y cohesión a la organización. Por el contrario, la variación en la intensidad de estos rituales exitosos genera el fracaso, por tanto, la pérdida de un mundo de oportunidades.

Las personas que tienen éxito son, a su vez, las que incorporan a nuevos miembros, compartiendo una información que, bajo su criterio, favorece a otras personas. Se percibe un cambio en el significado del trabajo, los miembros de este equipo no quieren un salario fijo, quieren alcanzar esa promesa de libertad financiera y funcional que se difunde en la organización. Al no tener datos exactos sobre el número de personas que pertenecen a los distintos rangos de la empresa y organización, el estudio del plan de compensación ha permitido una primera aproximación al ingreso o bono residual. En concreto, este plan de compensación está creado para que la red siga creciendo sin límites y, cobrar un pequeño porcentaje de muchas personas supone una motivación para el desarrollo del liderazgo, que va de la mano de un cambio de valores y cambios de hábitos, lo que ellos mismos denominan transformación personal.

El Network Marketing es un tema que sigue generando disputas tanto por el producto que se comercializa como por el tipo de trabajo, esto último debido a la creencia de que puede tratarse de un fraude, siendo otro motivo que ha llevado al estudio del plan de compensación. La variable del tiempo no corresponde a la asignación de rangos, es

decir, los beneficios económicos no van a depender del tiempo que el individuo pertenezca a la organización. Los nuevos socios cobran los mismos porcentajes en sus niveles que los pioneros de la INT, entonces esto va a depender de las capacidades que el individuo desarrolla, en un contexto grupal que ayuda a ese proceso, para influir en los demás y crear una estructura de red de personas. Asimismo, la existencia de grandes líderes en la organización puede considerarse una ventaja desde el punto de vista del liderazgo, ya que estas personas que tienen resultados económicos, pueden proporcionar formación, experiencia, entre otras cosas, a los nuevos miembros. En definitiva, lo que hace la empresa 4Life Research es premiar a los consumidores por ser profesionales en redes o conectores de personas a nivel internacional.

Finalmente, en esta organización, vida y trabajo se conjugan convirtiéndose en un propósito de vida. Los líderes más reconocidos de la organización viajan por el mundo acudiendo a reuniones centrales, convenciones y a diversas actividades. Esto nos hace reflexionar sobre su alcance, si la organización tiene presencia a nivel mundial y las reuniones centrales son semanales, a estos encuentros llegan cada vez más personas invitadas. Es la forma en la que se dan a conocer e impactan en la vida de las personas, ya sea de forma negativa para quienes no consiguen llevar a cabo este proceso, o de forma positiva para quienes obtienen resultados no solamente económicos.

## REFERENCIAS

### Libros

Bauman, Z. (2000). *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*. Barcelona: Gedisa.

Castells, M. (1998). *La era de la información: economía, sociedad y cultura. La sociedad red*. (vol. 1). Madrid: Alianza.

Collins, R. (2009). *Cadenas de rituales de interacción*. Barcelona: Anthropos.

Sennett, R. (2006). *La corrosión del carácter. Las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo*. Barcelona: Anagrama.

Sennett, R. (2012). *Juntos. Rituales, placeres y política de cooperación*. Barcelona: Anagrama

### Artículos

Alonso, L. E.; Fernández, C. J. (2013). Los discursos del management. Una perspectiva crítica. *Lan harremanak: Revista de relaciones laborales*, 42-69, (28). [Disponible en (24/03/2017): <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4638554>]

Altman, L. K. (8 de abril de 2004). H. Sherwood Lawrence, 87, Immunology Pioneer. *The New York Times*. [Disponible en (17/04/2017): [http://www.nytimes.com/2004/04/08/nyregion/h-sherwood-lawrence-87-immunology-pioneer.html?\\_r=1](http://www.nytimes.com/2004/04/08/nyregion/h-sherwood-lawrence-87-immunology-pioneer.html?_r=1)]

Sánchez-González, D. J.; Sosa-Luna, C. A.; Vázquez-Moctezuma, I. (2011). Factores de transferencia en la terapéutica médica. *Medicina Clínica*, 273-277, 137(6). [Disponible en (16/03/17): <http://www.elsevier.es/es-revista-medicina-clinica-2-linkresolver-factores-transferencia-terapeutica-medica-S0025775310005774>]

### Estudios

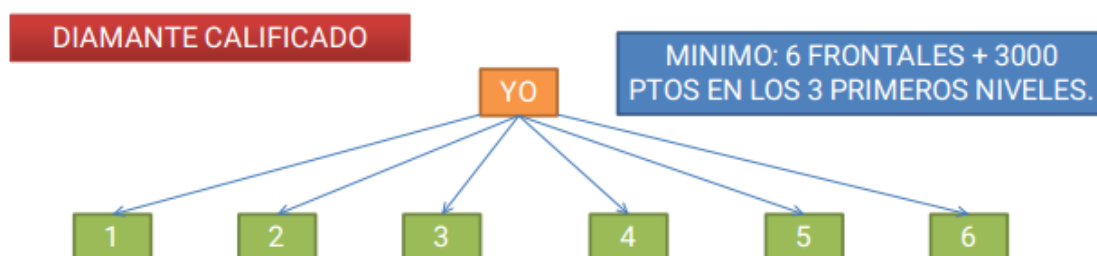
Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) Estudio nº 3170 “Barómetro de marzo 2017”. [Disponible en (06/05/17): [http://www.cis.es/cis/opencm/EN/1\\_encuestas/estudios/ver.jsp?estudio=14333](http://www.cis.es/cis/opencm/EN/1_encuestas/estudios/ver.jsp?estudio=14333)]

## ANEXOS

### Anexo I

Rangos que los miembros de la organización consiguen en la empresa. Gráficas facilitadas por la misma organización.

Diamante calificado (Figura A.1). El empresario debe tener mínimo 6 socios (también llamados frontales), y 3000 puntos en los tres primeros niveles. Se habla de puntos porque hay varios tipos de monedas (1 punto equivale a un dólar estadounidense). Todos los asociados a 4Life cobran los mismos porcentajes en los diferentes niveles planteados en el plan de compensación, es decir, cobran a través de un ingreso o bono residual. En los cuatro primeros niveles, un empresario cobra de su primer nivel un 2%, del segundo un 25%, del tercero un 5% y del cuarto nivel un 6%. Dependiendo del tamaño de la red en el que se encuentre, ya que puede ser un Diamante recién calificado o un diamante calificado a punto de calificar como Diamante Presidencial, el empresario puede llegar a cobrar hasta 1.000 euros al mes.



*Figura A. 1 Diamante Calificado.*

Diamante Presidencial (Figura A.2). Es el siguiente rango que puede conseguir un empresario, por lo que debe tener mínimo 8 frontales, 2 frontales que tengan un nivel de diamante calificado y 10.000 puntos en toda su estructura. Llegar a este nivel significa tener un negocio sólido y en crecimiento, ya que puede crecer tanto en profundidad como en lateral con nuevos frontales. El empresario puede ser un Diamante Presidencial recién calificado o a punto de calificar como Diamante Internacional, por tanto, puede cobrar entre 1.000 y 3.500 euros al mes. Por otro lado, en su cuarto nivel pasa de cobrar un 6% a un 12%.

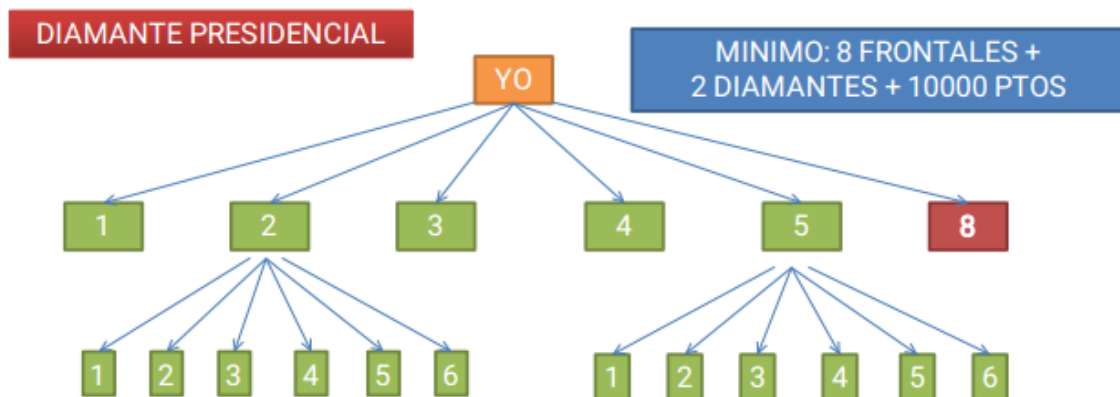


Figura A. 2 Diamante Presidencial.

Diamante Internacional (Figura A.3). Para conseguir este nivel el empresario debe tener mínimo diez frontales, dos frontales que hayan calificado como Diamante Presidencial y 20.000 puntos en toda su estructura. De la misma manera, dependiendo del crecimiento que vaya teniendo, el empresario cobra entre 3.500 y 18.000 euros al mes, incluyendo un 1% de toda su organización y un 1% de todos los puntos internacionales que se generan en el mundo.

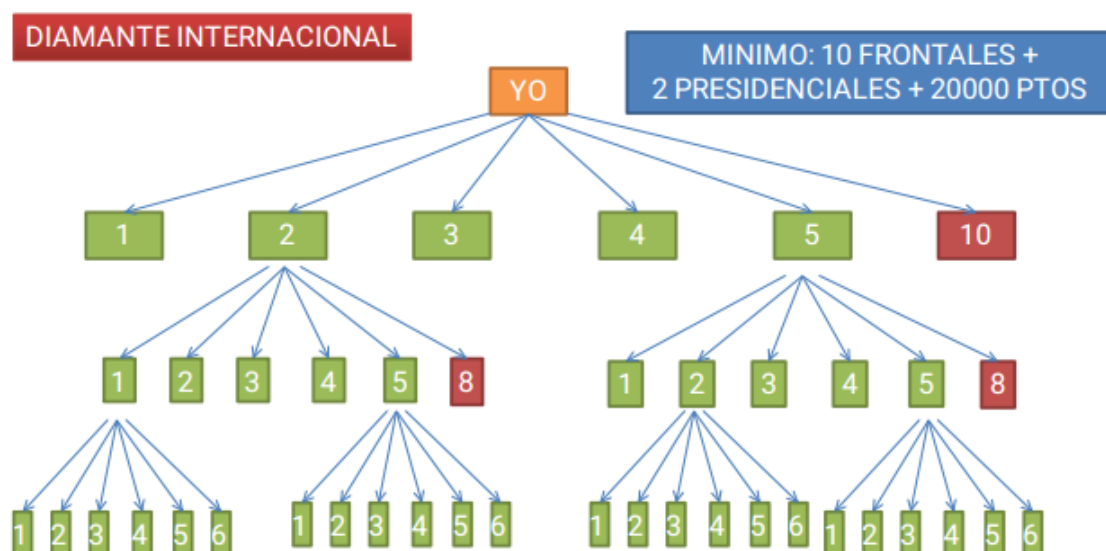


Figura A. 3 Diamante Internacional.

Diamante Internacional Oro (DIO). El empresario debe tener mínimo doce frontales, tres frontales que hayan calificado como diamante internacional y 250 mil puntos de volumen organizacional. Según el crecimiento de la misma el ingreso mensual varía entre 18.000 y 150.000 euros, incluyendo un 2% de toda su organización y un 2% de todos los puntos internacionales que se genera en el mundo.

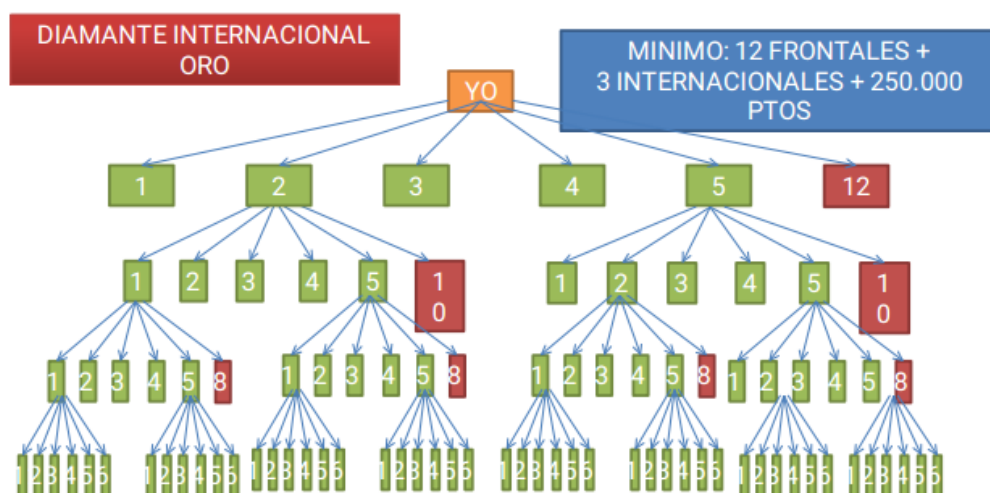


Figura A. 4 Diamante Internacional Oro.

Diamante Internacional Platino (DIP). Es el último rango que se obtiene tras haber pasado por un proceso y un tiempo que varía según la persona. El empresario debe tener mínimo doce frontales, tres frontales que hayan calificado como Diamante Internacional Oro y un millón de puntos en toda su estructura. Es el objetivo que se busca, pero acompañado de varios cambios que se han dado en su vida, hace que estos empresarios sigan dedicándose al Network Marketing, dando conferencias al resto de su equipo sobre cómo lo consiguieron y cómo vivieron el proceso. Un Diamante Internacional Platino cobra a partir de 150.000 euros al mes en adelante porque su negocio puede seguir creciendo tanto en la línea frontal como en profundidad.



Figura A. 5 Diamante Internacional Platino.

## Anexo II

### Terminología para comprender algunos conceptos básicos del trabajo.

<b>4Life Research</b>	Multinacional estadounidense, ubicada en Utah y con sede en varios países. Fundada por David y Bianca Lisonbee en 1998.
<b>Auspicio</b>	Primer pilar para crear una red sólida, estable y productiva. La red está constituida por personas, por tanto, auspiciar personas es efectivo para que la red crezca.
<b>Ciclo del Momentum</b>	Uno de los pasos incorporados en la Guía del éxito. Consiste en realizar una lista de mínimo cien potenciales socios para escuchar la presentación del plan de oportunidad. Para ello se programa un encuentro y tras la presentación se da seguimiento a aquellas personas que han escuchado la información, es decir, se programa un nuevo encuentro para tomar una decisión o resolver nuevas dudas. Si quiere saber más acerca de la oportunidad de negocio se acuerda un nuevo encuentro para realizar su planificación empresarial y poner en marcha nuevamente este ciclo con el nuevo socio
<b>Downline</b>	Personas que forman parte de la estructura de un up-line.
<b>Up-line</b>	Todos los empresarios tienen un up-line o patrocinador, por ejemplo un nuevo socio se inscribe, entonces la persona que lo invitó es generalmente su up-line.
<b>Duplicación</b>	Capacidad de reproducir y enseñar lo aprendido en el sistema educativo
<b>Edificación</b>	Construir o crear una imagen. La cultura organizacional de la INT se basa en la edificación de la compañía, equipo, sistema y línea de auspicio.
<b>Frontales</b>	Socios inscritos personalmente, también se denominan línea frontal o de auspicio.
<b>Guía del éxito</b>	Libro de 144 páginas, escrito por Herminio Nevárez, propio de la organización, por tanto únicamente lo pueden conseguir sus miembros. Contiene los pasos a seguir para la correcta construcción de un negocio en la industria del Network Marketing.
<b>Ingreso lineal</b>	En concreto se refieren al ingreso de un empleo, el dinero que se cobra por trabajar unas horas determinadas.
<b>Ingreso o bono residuales</b>	Ingreso o bono residuales la suma total de los pequeños porcentajes del plan de compensación, se pagan cada mes siempre que el empresario haya realizado su compra mínima de 100 puntos
<b>Internacional</b>	Fundada por Herminio Nevárez, es una organización independiente de la
<b>Networkers Team (INT)</b>	industria de redes de mercadeo, asociada a la empresa estadounidense

REDES DE MERCADEO Y RITUALES DE INTERACCIÓN. La empresa 4Life Research



	4Life Research. Esta organización o equipo de trabajo desarrolla el liderazgo de los miembros asociados a la empresa.
<b>Libertad financiera</b>	Se consigue cuando se van alcanzando los altos rangos de la empresa.
<b>Misión de la INT</b>	Organización de profesionales en la industria de la comercialización en Redes, que a través del trabajo en equipo y un sistema centrado en principios y valores, están comprometidos a causar una diferencia en la vida de las personas, brindándoles una oportunidad real de crecimiento personal, contribución social y de lograr la independencia financiera.
<b>Network marketing (redes de mercadeo)</b>	Considerada una industria de comercialización de un producto o servicio a través de redes de personas. Una genuina red de mercadeo está basada en el consumo propio y la recomendación, y no en las ventas.
<b>Plan de compensación</b>	Plan del reparto de los porcentajes que la empresa paga en cada nivel de la red, todos los empresarios cobran los mismos porcentajes en los niveles de la estructura que vayan construyendo.
<b>Plan de oportunidad</b>	Presentación de trece diapositivas en formato digital, impreso o en pizarra. Dura aproximadamente 40-50 minutos y recoge de manera sintética información sobre la organización INT, la empresa, el modelo de comercialización y sus ventajas, sobre el producto y cómo unirse a esta oportunidad de negocio. Su presentación se realiza con la finalidad de que nuevos potenciales socios conozcan dicha oportunidad.
<b>Planificación empresarial</b>	Punto de partida del nuevo socio, en ella se programan las siguientes acciones, metas, sueños y compromisos.
<b>Rango</b>	Posiciones reconocidas por la empresa y la organización, y son cinco los rangos que se pueden conseguir.
<b>Retención</b>	Segundo pilar para crear una red sólida, estable y productiva. Es el proceso en el que los nuevos socios aprenden y ponen en práctica el sistema educativo, incorporan la edificación en sus hábitos y fortalece sus relaciones con el resto del equipo
<b>Rituales de interacción</b>	Todo ritual tiene como punto de partida un encuentro, una co-presencia corporal, en el que una serie de emociones se transforman en energía emocional. En experiencias que se mantienen a través de otras cadenas de rituales, incorporándose a la experiencia individual.
<b>Sistema educativo</b>	La organización INT cuenta con un sistema educativo para que sus miembros aprendan a construir un negocio en esta industria. Incorpora una serie de herramientas y actividades. Las herramientas son la Guía del éxito, libros para desarrollar el liderazgo que pertenecen a la organización, audios de formaciones de otros líderes exitosos, vídeos, la revista Summit también propia de los empresarios y el plan de

oportunidad. Mientras que las actividades son un plan uno a uno (un encuentro de dos personas para la presentación del plan de oportunidad), reuniones en casa, un Mega plan, una reunión central cada semana, una universidad del éxito, un rally pre-convención y la convención.

**Tri-Factor**

Fórmula patentada por 4Life Research, contiene factores de transferencia (FT) obtenidos del calostro bovino, factores de transferencia (FT) de la yema de huevo y nanofactores del calostro bovino.

**Visión de la INT**

Crear la red de mercadeo más grande de la historia

**Volumen**

Tercer pilar para crear una red sólida, estable y productiva. Se consigue con fuertes lazos en las relaciones de la red y la duplicación de los líderes, por ello, como consecuencia la red y el volumen de puntos de la red crecen.

## Anexo III

### Entrevista a Diamante presidencial de 48 años que vive en España.

Entrevista realizada en su casa de Puente la Reina el 03-12-16

#### - ¿Qué te llevó a elegir la carrera profesional de médico?

*Lo tenía muy claro desde pequeña, porque me gustaba la parte humana, el ayudar a la persona desde la salud, en todos los sentidos. Me licencié en el año 95, aquí en Pamplona y luego hice la especialidad en medicina de familia. He continuado mi aprendizaje en medicina natural, sobre el enfoque holístico de la persona. Esta es mi trayectoria profesional como médico.*

#### - En la actualidad ¿desempeñas tu profesión?

*Actualmente trabajo como médico de familia, como médico naturópata. Atiendo a personas de manera privada en mi consulta y también ejerzo en medicina general.*

#### - En el mercado laboral ¿tu carrera es de las más demandadas?

*Actualmente en el mercado laboral es de las más demandadas, lo que pasa es que hay muchos médicos en paro. Hay más necesidad de contratación de médicos porque hay más centros médicos tanto públicos como privados y es una necesidad de la sociedad. Hay que darse cuenta que las personas, cada vez más, exigen calidad de vida a nivel de salud y entonces hay muchas entidades que brindan ese servicio pero también me he dado cuenta que hay muchas personas, muchos médicos muy preparados que están teniendo empleos muy precarios, de 2-3 días, solo cubrir vacaciones. Ha cambiado bastante la situación, hay muchos profesionales, no sólo en medicina, sino en muchas profesiones, muchos profesionales que no encuentran trabajo.*

#### - ¿Está bien remunerada?

*Lo está, es mucha responsabilidad, es un trabajo que requiere de mucho esfuerzo mental y dedicación a la persona. Hay muchos sitios en los que se trabaja guardias de 12 horas, de 24 horas. Además conozco a compañeros que están trabajando en tres sitios a la vez. Hace poco me encontré con un compañero y me dijo que había desarrollado el síndrome de Burnout, del quemado, está trabajando en tres sitios*

*para sacar adelante a su hija, además de tener una situación económica X que lo obligaba a hacer guardias, cuatro guardias a la semana y aparte de eso al acabar la guardia a las 8 de la mañana tenía que venirse a una oficina de médico también, de 8 de la mañana a 3 de la tarde, tres días por semana sin descansar. Entonces claro, eso no lo tendría que hacer si su trabajo estaría bien pagado.*

**- ¿Has cumplido con lo que te propusiste al elegir esa carrera?**

*Como profesional de la salud, al acabar la carrera me di cuenta que habían muchas cosas que me faltaban aprender y practicar. Me di cuenta que en la forma en que nos habían formado se quedaba muy limitada a la parte meramente biológica y técnica, entonces me faltaba la parte humana, la parte emocional. Sin embargo, en mi casa había recibido esto por parte de mi madre psicóloga y porque leo bastante. Vi que con la información que tenía al acabar la carrera no me era suficiente, entonces muchas cosas no se cumplieron al empezar en el mercado laboral como médico de familia pero la he cubierto con otro conocimiento, con otra información, con otros cursos y formaciones que he hecho, que están fuera del ámbito académico y médico.*

*En cuanto a los sueños, de pequeña soñaba con cambiar el mundo, viajar y dar de mí misma y tiempo para que las personas estuvieran sanas, voluntariamente trabajar en ONGs para ayudar a personas en necesidad. Sin embargo, eso no lo podía hacer trabajando como médico tradicional porque tenía que estar día a día trabajando para poder tener una economía que me permitiese subsistir en casa. Por ello no me podía dedicar a los proyectos que quería. Entonces muchos de mis sueños se quedaron ahí aparcados, simplemente porque el método de generar economía del médico o de cualquier otro profesional limita al tiempo. La profesión me gusta pero es la parte del tiempo y la economía, la parte que me limitaban.*

**- ¿Qué entiendes por emprender?**

*Creo que en aprender está la clave. En mi caso, trabajaba en mi profesión como médico, contratada y con un buen sueldo pero buscaba opciones, opciones económicas y opciones que me "llenasen más el alma", hacer algo que me llenara de propósitos porque no estamos aquí solo para comer y pagar facturas sino*

*también para ser felices y hacer felices a personas de nuestro entorno. Esto me llevó a emprender, a querer hacer algo diferente para estar mejor y ayudar a más personas a estar mejor.*

*Entiendo por emprender, no quedarse con lo que hay sino hacerse preguntas y accionar, si uno no se hace preguntas se queda estancado, se queda limitado. Por naturaleza nos hacemos preguntas constantemente los seres humanos.*

**- ¿Qué sabes de la empresa en la que has emprendido?**

*He estado en la sede, localizada en Utah. Es una empresa puntera en investigación, en bionanotecnología, de investigación dedicada al cuidado de la salud desde dentro. Nació en el año 98 y lo que la empresa ha llevado al mundo es un descubrimiento natural basado en cómo nuestro organismo tiene un sistema inmunológico que es inteligente. Como seres humanos mamíferos que somos tenemos una forma para que nuestro sistema inmunológico esté en óptimas condiciones y esa investigación es la que ha dado la vuelta al mundo. Estas personas han recibido premios internacionales por este descubrimiento, aunque más bien lo redescubrieron y lo llevaron a la sociedad.*

*Me honra trabajar con esta empresa en todo el mundo porque los fundadores ya tenían libertad financiera, ya tenían economía para vivir bien el resto de sus días, a los 55 años se habían retirado porque ya tenían unos activos económicos que les permitían vivir bien. Pero son personas que están enfocadas en la ayuda, son personas de alta calidad humana y siempre han querido lo mejor para sus congéneres. Cuando David descubre esta investigación, que es previa, del 49, en realidad lo que él descubre es la investigación en una tesis doctoral del médico Sherwood Lawrence en una universidad de Nueva York, entonces descubre la investigación de los factores de transferencia y se da cuenta que esa información no había llegado al colectivo humano porque por algún motivo no había tenido apoyo o una financiación que le permitiera a esa investigación desarrollarse. Entonces David, el fundador de 4Life decide invertir su fortuna personal y familiar en la investigación, contrata a un plantel de científicos, 15 científicos en constante investigación, personas muy reconocidas a nivel mundial como científicos,*

*analistas, oncólogos, médicos, inmunólogos, etc., que cuando les plantea este descubrimiento, esta tesis, deciden trabajar como equipo científico.*

*Lo que pasó fue que la empresa en pocos años ya estaba en distintos países por la potencia de la investigación, porque está a la vanguardia del cuidado del sistema inmunológico, siendo este nuestro médico interno, el que nos cuida nos protege. Estas personas han llevado esa investigación a altos niveles, en Rusia está dentro del sistema público y hay un protocolo de trabajo del 2004 también en Rusia. La empresa quería que entidades externas dieran la certificación de lo que ellos habían descubierto, no que ellos dijeran lo que tienen y que era bueno por sí mismos, querían una auditoría externa.*

*Lo que la empresa tiene es la patente del método de extracción del factor de transferencia. Hay un conocimiento científico que les lleva a estas personas a darse cuenta que dentro del calostro de todos los mamíferos existe el factor de transferencia, es una molécula natural, una molécula inteligente, que le brinda a nuestro sistema inmunológico capacidad de respuesta, de recordar y de reaccionar ante lo que esté ocurriendo en el organismo para llevarlo otra vez al equilibrio. Entonces esa molécula natural, la fabrican todas las madres, se le da a los recién nacidos en el calostro de la madre durante la lactancia materna.*

*De hecho, lo que hace la empresa es desarrollar un doble filtrado para extraer el factor de transferencia del calostro bovino porque en el calostro bovino existe un factor de transferencia que es idéntico al de la madre humana. Entonces en ese doble filtrado se eliminan proteínas, sustancias que no son útiles para la salud y sólo se quedan con el factor de transferencia de ese filtrado. También se obtiene de la yema de huevo, las aves la transmiten a sus crías a través de la yema de huevo y la empresa tiene el método de extracción de esa molécula informativa. Y en tercer lugar, hay un sistema que busca la parte más mínima, eso es nanotecnología, de la parte más mínima activa del factor de transferencia del calostro bovino obtiene el NanoFactor. Y estas tres pequeñas partes forman el TriFactor, esa molécula es única, exclusiva y está patentada por esta empresa, es decir, lo que tienen patentado es el método de extracción y de crear la fórmula TriFactor. Esta fórmula en el cuerpo humano desempeña una labor de dar*

*inteligencia, de dar mayor capacidad y efectividad en la respuesta inmunológica hasta de un 437%.*

**- ¿Cómo se incorpora la molécula a los productos?**

*Desde que la empresa se fundó, una de sus bases fundamentales es la calidad, ahora acaban de abrir una nueva planta que fabrica más de un millón de botes al día. Lo que hacen es desarrollar métodos de calidad, de control de calidad desde el minuto cero hasta que el producto sale de la fábrica y luego llega a las casas de las personas. Estuve en la convención de Utah, todos los que asistimos vimos cómo desde que entra la materia prima a la fábrica hay sistemas en el que el aire de la fábrica, del espacio de la nave tiene un flujo laminar muy suave que hace que no se mezcle una habitación con otra en el aire. Una especie de espacio vacío donde no se mueve el aire y eso crea también fabricación de calidad a la hora de medir la fitoterapia añadida también a cada producto, de alta calidad hasta en un nanogramo en la medición. Además de una maquinaria y una línea de envasado y una línea de obtención de materia prima porque en muchos de los productos hay cúrcuma, aloe vera, shiitake, maitake, es decir, fitoterapia o sustancias naturales que vienen de otras plantas, todo eso medido, pesado. Siendo una empresa puntura, con certificados externos, tiene muchas auditorías externas que dan fe de la calidad de sus productos y del gran potencial y efectividad.*

*Y hay una demanda por este tipo de productos, cada vez más hay más conciencia tanto en Europa como en España del autocuidado. De hecho cada vez más vemos que las personas salen a correr, que van al gimnasio, que se sienten bien. Cada vez hay más personas que se plantean cómo comer mejor, cómo alimentarse adecuadamente comiendo más fruta o más verdura, comiendo totalmente natural o de cultivos que no tengan químicos, pues eso es conciencia. Y dentro del aumento de la conciencia de la población en general hay más demanda de productos sanos y útiles para la salud.*

*Al ser un suplemento alimenticio no tiene ningún tipo de riesgo en su consumo, por tanto tiene que tener alta calidad. Es más, como la empresa llega directamente a sus consumidores, no llega a través de intermediarios o publicidad, el producto tiene que ser de alta calidad, si no lo fuera las personas no lo usarían, entonces su*

*publicidad es la publicidad de la calidad, la calidad vende. Yo lo comparo con la labor que hace un médico, un terapeuta o un arquitecto, “si yo soy un buen arquitecto y construyo casas de calidad, otra persona me va a traer a su amigo para que le haga otra casa y él me va a traer a otro amigo para que le haga otra casa”, porque he hecho un buen trabajo, he entregado el trabajo a tiempo, he hecho el control de calidad. Entonces la calidad da resultados, da rentabilidad. Es lo que veo en esta empresa, es una empresa ética, sólida y de calidad tanto en sus productos como en su investigación, además de la calidad del trato a la personas que forman parte de la organización de la INT y con calidad a las personas usuarias. Entonces la calidad, el buen hacer, la ética, la moral y el valor humano son positivas. De hecho, personas como Raimon Sansó, un economista catalán, explica en su conferencia “La ética en las empresas”, por qué hoy en día las empresas que no sean éticas y que no se funden en valores y no cuiden de las personas no van a tener futuro.*

**- ¿Cómo funciona este modelo de distribución?**

*Es una empresa que se dedica a llevar el conocimiento y su producto directamente a las personas, es decir, este modelo económico nace hace más de 70 años pero el mundo no estaba preparado para esta nueva economía porque hace 70 años no existía la globalización, ni el Internet, no viajábamos como lo hacemos ahora, ahora estamos más interconectados. Es una economía que nace antes de tiempo y que ahora en el siglo XXI tiene su auge porque el mundo está preparado para la economía en red. Esto significa que hoy en día todo son redes ya sea Facebook o WhatsApp, si todo es en red la economía también lo es. Además me di cuenta, también con Raimon Sansó, que es un referente, ha trabajado como director de banca, en el Fondo Monetario Internacional, pues él abrió mi mente con el libro “El código del dinero” que acompañado con la conferencia que antes he dicho, queda explícita la idea de que la economía moderna o actualizada es diferente, ya no es con estructuras, ya no es con enormes gastos fijos, ya no es de un lugar o un país o una zona o ciudad sino que es interconectada.*

*Entonces esta empresa, nace como empresa de redes en el año 98 y lo que hace es llevar su producto o su servicio directamente a sus consumidores y nosotros por ser*



*autoconsumidores, recomendadores de un buen producto y de un buen servicio, y compartir la información de cómo generar economía actualizada, por estas razones nos pagan, por hacer una red de distribución de autoconsumo empresarial.*

**- ¿En qué consiste ese autoconsumo?**

*Nosotros somos usuarios de esta empresa y por ser usuarios de una empresa que nos gusta y de una calidad de los productos que nos gustan y nos satisfacen, nos pagan, es decir, la empresa o las empresas que nacen con este modelo saben que las personas que mantienen viva la empresa son sus usuarios. Esto es inteligencia financiera, “si yo como médico no cuido a mis usuarios no voy a tener usuarios, si yo como arquitecto hago una chapuza de casa no voy a tener gente que me encargue casas”, de manera que vuelvo a la calidad. Si yo como empresa tengo un buen producto, tengo un buen plan de pagos y beneficio a los consumidores para que ellos a través de cuidarse tengan salud y tengan economía, estas personas lo van a recomendar porque de forma natural el mundo recomienda cosas que le van bien. Hablamos de una recomendación directa. Esta empresa en concreto distribuye entre todos los usuarios de su producto y de su servicio la economía que la empresa genera, es decir, es una economía social solidaria, reparte entre sus usuarios todo el volumen mundial que genera la empresa.*

**- ¿Conoces las normas jurídicas que rigen tanto en el producto como en la comercialización? ¿Cómo funciona en España? ¿Cambia en otros países?**

*La nueva economía, la comercialización en red o Network marketing está totalmente autorizado en España y en Europa, de hecho hay una ley del comercio minorista del año 1996, que es la que rige en la estructura de empresas en red y la contrapone a las empresas ilegales o piramidales, Ahí vemos las diferencias que existen entre unas y otras, entonces cuando no hay un producto hay que tener cuidado, cuando la supuesta empresa solo te paga por traer personas hay que tener cuidado. Hay que mirar que la empresa sea sólida, tenga reconocimientos externos, que esté autorizada como está 4Life en la Asociación de Venta Directa Europea, Española e Internacional. Que sea una empresa que realmente paga bonos por crear la red, es decir, por hacer el trabajo no por introducir personas. En*

*4Life las personas que desarrollan una mayor red de personas que se autocuidan son las que más economía generan, no las que traen personas porque sí, que eso pasaría en las empresas ilegales o piramidales.*

*En cada país hay sus normas, en España está recogido por el Boletín Oficial del Estado en la ley del comercio minorista del 15 de enero de 1996. Luego si te vas a Italia, habrán otras normas para el Network marketing, que las personas que desarrollan el negocio en Italia las deben tener en cuenta. Y así como en el resto de países. En cada país hay una normativa y también hay una normativa internacional a la que hay que acogerse. Es totalmente legal, yo siendo autónoma me dedico a esta profesión como empresaria independiente y declaro, tengo mi asesora que me hace los papeles y declaro todos mis beneficios.*

**- ¿A partir de cuánto se declara?**

*Hay una especie de vacío legal y que todas las personas que hacemos Network marketing lo sabemos. La ley obliga a la persona a que se haga autónoma a partir de 9.000 euros al año de ganancia, también se puede hacer antes y también se puede hacer después porque no es una norma estricta pero es mejor hacerlo con todas las de la ley antes de generar esa cantidad.*

**- ¿Qué tiene que hacer un distribuidor?**

*En este modelo económico cuenta mucho el desarrollo personal, entonces en contraposición a lo que ha sido y seguirá siendo un vendedor tradicional o comercial, lo que hace es vender un producto y tener unos clientes, vende un coche hoy pero mañana no lo vende. Da igual que tipo de persona sea ese vendedor, el vendedor no te inspira o no es una persona de influencia, no es alguien del que quieras aprender por su forma de ser o por el tipo de persona que es, simplemente te vende un coche, siendo una mera relación comercial.*

*Nosotros como empresarios de la nueva economía nos desarrollamos como personas porque lo que cuenta en este nuevo mundo, en general en toda la sociedad nueva son los valores y principios. Es como tú eres la huella que dejas en el mundo. En este tipo de trabajo trasciende la relación meramente comercial. Te conviertes en una persona mentora de personas, entonces debes crecer como*

*persona, tienes que aprender, que leer, que formarte, capacitarte, transformarte internamente en una persona más integra con valores y principios, en ayudar a las personas a ver cómo pueden mejorar como personas también. Es una relación más estrecha como personas, como amigos, como compañeros, como socios, como familia. Va más allá de simplemente un trato comercial donde yo te compro un coche y ya está, no eres amiga de la persona a la que le compras el coche.*

**- ¿Dónde obtienes el conocimiento?**

*Todos los empresarios que formamos parte del equipo formamos parte de una escuela de liderazgo empresarial en redes, es la mayor escuela de liderazgo en este momento, la de más trayectoria y más conocimiento sobre todo. Reconocida a nivel internacional, formamos parte de un equipo que se llama INT, fundada hace 16 años, en el año 2000, por el Dr. Herminio Nevárez, una persona íntegra, una persona de valía humana y él a través de todo su equipo ha creado un sistema educativo, una metodología educativa. Se dio cuenta que a través de una educación financiera, a través de una educación personal en valores y principios y a través de una capacitación de cómo trabajar en equipo, de desarrollar todas esas cualidades humanas, esos potenciales humanos que todos tenemos, podemos convertirnos en profesionales de la nueva economía.*

*Toda esa información está dada en reuniones, capacitaciones, formaciones como en una universidad, en audios, en libros, hay un material de lectura sobre el liderazgo, valores, del crecimiento personal y de cómo funciona la nueva economía. Está la Guía del éxito y cuatro libros de desarrollo de liderazgo, que vienen bien para todo en la vida. De hecho, el creador del sistema educativo, ha sido reconocido como el empresario del año 2015 de toda Latinoamérica por los estados de Washington, Virginia. También ha sido invitado a hablar del cambio socioeconómico y de la responsabilidad social corporativa en la conferencia de paz que hubo en Paraguay en octubre de este año, siendo una persona muy reconocida. Y personas de nuestro equipo están dando clases en la Universidad Complutense de Madrid, en el campus de Somosaguas a licenciados en Economía, para que ellos puedan tener más posibilidades y más salidas siendo creadores de empresas de la nueva economía.*

### **- ¿Cómo percibes la figura del empresario?**

*Un empresario es una persona vivaz, seria, comprometida, que se vuelca en ayudar a los demás, íntegra, alegre, entusiasta, positiva, que da de lo mejor a las otras personas, les da de la mano, da lo mejor de ellas para que ellas también tengan éxito en su vida y en este caso en la empresa, en su negocio.*

*Nosotros somos empresarios modernos, actualizados, lo importante aquí son las personas, no es el generar millones sino la persona en la que tú te conviertes. Por ser, haces, y como consecuencia tienes. Los cuatro pilares fundamentales del equipo son el crecimiento personal, si tú creces como persona puede contribuir a la sociedad, siendo el segundo pilar la contribución social. El tercer pilar es ser modelos de inspiración, cuando una persona cambia, se desarrolla, crece, habla de otra manera, se comporta de otra manera, es más humana, más cercana, está siendo modelo de inspiración para otras personas. Entonces, por ser la mejor versión de ti mismo y tener una economía mejor que ayuda a más personas, es un modelo de inspiración también económico, pero económico y humano, sin lo humano no está lo económico porque el cuarto pilar como consecuencia es la libertad financiera. Por crecer, ser ente de contribución, ser modelo de inspiración es que yo consigo economía.*

### **- ¿y la del líder?**

*La definición de líder es la misma definición de empresario. En el desarrollo que hacemos en el colectivo empresarial lo que hacemos es fortalecer nuestras fortalezas y limar nuestras debilidades, y ayudar a que otros también lo hagan y todos juntos como conjunto de personas que trabajan por el bienestar de todos. Nuestras debilidades las cubren otros, de manera que nos complementamos. Eso hace que entre todos nos apoyemos y los líderes de esta organización nos convertimos en modelos de inspiración. Es decir, no es solamente aprender una sistemática económica y financiera, es básicamente desarrollar ese potencial humano que todos tienen por tanto nos convertimos en líderes de nuestra propia vida, de nuestro futuro, creadores de nuestra vida y economía.*

*A través del ejemplo, por eso es un líder, se enseña a otras personas que ellas también pueden hacer ese recorrido. Hace cinco años que llevo desarrollando este proyecto empresarial y no soy la misma persona, ahora tengo otro conocimiento, otra información, más capacidad de liderazgo, más capacidad de apoyar a otras personas a hacer ese proceso de crecimiento. La persona en la que me he convertido es la que me ha permitido tener la economía que tengo ahora.*

*Todas las personas que entran en la organización son líderes, por definición. El éxito bien entendido, como “haz de tu vida tu mejor regalo”, y nosotros como desarrolladores de red y desarrolladores de potencial humano lo que tenemos es una relación muy directa con cada persona que va empezando, en el sentido de acompañamiento, de coaching a la práctica, de un proceso de vida en el que las dos o tres o las cuatro personas que estén interactuando todas van creciendo a nivel personal, a nivel familiar, a nivel profesional, a nivel de empresa, a nivel de economía.*

**- ¿Qué crees que lleva a una persona a emprender?**

*Muchas de las personas que llegan a conocer la oportunidad están insatisfechas o frustradas con su economía, con lo que generan en su trabajo tradicional o no se sienten bien remuneradas, no se sienten reconocidas, no se les ve como seres humanos o como personas. Por otro lado, hay otras que saben que quieren crear una segunda fuente de ingresos ya que el sueldo que generan es irrisorio, hoy se sabe que hay personas que trabajan 15 horas y ganan 700 u 800 euros. Entonces son personas inteligentes que buscan salidas, un emprendedor es una persona inteligente que se hace preguntas y busca salidas.*

**- La asociación de esta empresa con este equipo de trabajo ¿está impactando en el ámbito del trabajo?**

*Creo que en todos los aspectos porque nunca en la historia ha habido esta unión tan potente, que han creado la compañía, el socio gestor y la parte metodológica de la educación de las personas. Entonces van a la par y van creando estrategias de unión que favorecen que las personas tengan mayor éxito en su vida. Esa unión nunca había existido y lo que está creando en su entorno, en España, es un*

*impacto de apertura de mente, de cómo trabajar de otra manera, de trabajar desde el respeto, de los principios y del valor del ser humano, de la igualdad, del compañerismo, de escuchar a la persona también su parte emocional porque los seres humanos somos emocionales por naturaleza. En el día a día todas las personas tienen sus más y sus menos, entonces aquí te encuentras con un apoyo de personas de tu mismo entorno que trabajan contigo pero no solamente a tu lado como en una oficina sino que trabajan contigo en el sentido de que se convierten en tu apoyo, en tus amigos, personas a las que contarles lo que te está pasando y entonces esa parte emocional les convierte en empresarios modernos actualizados emocionales.*

*Es un proceso de coaching a la práctica, una facilitación y esa es la fórmula de trabajar moderna en la que muchas personas están creando empresas, desde el punto de vista del cuidado de la persona a todos los niveles, también teniendo en cuenta la parte emocional que es básica, para que rinda mejor, para que esté mejor. De hecho empresas de mucho éxito, todas las que están en Silicon valley y todas estas empresas de tecnología tienen muy en cuenta la parte emocional, favorecen el contacto, en vez de tenerlos separados en cubículos, y son empleados no son sus socios, pero favorecen momentos en los que la gente se junta alrededor de una mesa tomando un café a crear ideas, porque las ideas surgen cuando la gente está contenta, “si tú tienes a la gente contenta rinde más, está más feliz, apoya más al otro”, esa es la nueva economía también.*

**- ¿Cuál es el objetivo de la asociación de esta empresa y la organización?**

*Como organización, como INT, tenemos una misión, que es la de impactar la vida de millones de personas a nivel mundial. De hecho, uno de los mentores de mentores a nivel europeo, Dr. Carlos Rocha ha sido nombrado Dr. Honoris causa por la Universidad de Miami por el impacto social y económico que a través de esta información y de este equipo está dejando en millones de familias, en todos los continentes.*

*El propósito va más allá de simplemente tener una economía mejor, que eso es muy importante, el propósito va en el sentido del cambio social que como colectivo de transformación socioeconómica estamos creando, a nivel de red social de*

REDES DE MERCADEO Y RITUALES DE INTERACCIÓN. La empresa 4Life Research

*transformación para que las personas de cualquier origen social, de cualquier sector socioeconómico, de todas las edades, de todos los continentes, de cualquier lengua de cualquier cultura tengan una oportunidad real de crecimiento personal, de contribución social y de tener una economía digna que le permita desarrollarse como persona.*

*Nosotros como colectivo socioeconómico estamos impactando en la vida de millones de personas en ese sentido, estamos trascendiendo fronteras, limitantes mentales, limitantes geográficos, limitantes sociales porque una persona que no tenga estudios y una que tenga muchas carreras pueden hacer este proyecto. Una persona que tenga 18 años y otra que tenga 83 pueden hacer este proyecto, una persona que haya nacido pobre y toda su familia haya sido pobre puede hacerlo también. Trasciende limitantes mentales, humanos, geográficos, sociales y de todo tipo. Este movimiento socioeconómico estoy segura que está impactando y va a impactar en la sociedad del futuro, dentro de 10-15 años se va a hablar de nosotros como ese movimiento socioeconómico mundial que transformó la vida de millones de personas.*

**- ¿Está cambiado la conciencia de trabajo?**

*La conciencia de trabajo ha cambiado, las personas ya no solo buscan un puesto fijo sino emprender, algo más que meramente subsistir.*

**- ¿Cómo ha sido tu experiencia, tu proceso?**

*Ha sido extraordinaria, ha sido el mayor regalo que ha llegado a mi vida, a través de esta información no solo se ha transformado mi vida a nivel humano, a nivel de salud, sino también la de muchas personas de mi familia y de mi cercanía, y también de mis pacientes usuarios, clientes, que previenen y cuidan su salud en bienestar. Nunca había tenido la oportunidad de tener en mis manos una información tan completa, que integra lo que es la salud del ser humano, que es salud biológica, energética, emocional, psicológica, mental y económica.*

*La economía es una extensión de nosotros mismos y sin economía no se puede tener una vida digna, si tienes una economía mejor que te permite tener una mejor casa, un*

*mejor hogar, una calefacción adecuada, unas ventanas que cierran, un trabajo que te llene personalmente y pueda elegir cuando trabajar, por la mañana*

*de día para aprovechar el sol y no de noche haciendo turnos o trabajando en una fábrica que no te gusta, también es ganar en salud. Entonces es un todo que entiende al ser humano en todas sus necesidades.*

*Además estamos ayudando directa e indirectamente a otras personas a tener mejor vida y esa es la parte del servicio. Esta empresa va más allá de lo que me había imaginado al principio y de lo que muchas personas imaginan cuando lo escuchan por primera vez.*

*El día a día es estar con las personas que deciden formar parte del equipo y ser emprendedores, es formación empresarial para ellos. Hay que enseñarles en base a los fundamentos del sistema educativo cómo se desarrolla una red sólida, estable y productiva, cómo desarrollar sus cualidades como seres humanos, enfocarse en sus talentos y no en sus deficiencias. Al contrario de lo que hace el sistema educativo tradicional, lo digo porque tengo niños pequeños y en el sistema educativo tradicional salvo personas concretas a las que admiro mucho como maestros que no lo hacen pero el sistema sí, en donde se enfoca es en lo que no haces bien.*

*Entonces mi labor es educativa, de acompañamiento, de facilitación, de escucha, de escuchar a la persona en su momento vital y ayudarle, por eso es que se integran las áreas de las que he hablado antes. Consiste en un trabajo en equipo, en acompañamiento y desarrollo personal tanto de la persona que está acompañando como del que es acompañante.*



## Anexo IV

### Entrevista a Miguel Perlado

Entrevista realizada a través de Skype el 06-04-17

#### - ¿Cómo conoció la empresa?

*A esta empresa, digamos, el contacto que yo he tenido, claro, ha sido a través de personas que han podido realizar alguna consulta, ya sea de familiares o de amigos de personas que han empezado digamos a enrolarse o han quedado enroladas en esta empresa. El conocimiento viene a partir de ahí, de la experiencia de trabajo con personas que han hecho consultas con cierta preocupación con respecto a cambios de algunas personas que empezaban a vincularse en esta empresa.*

#### - ¿Ha sido un contacto directo con esas personas o solo allegadas?

*Sí, sí, de entrada, en primera instancia ha sido con familiares y allegados, y en un segundo momento pues con algunas personas que estaban enroladas también dentro de la empresa.*

#### - ¿Cuántos años lleva estudiando dicha empresa?

*A ver, más que a esta empresa, digamos, yo desde el final del 98 trabajo con familiares y con ex miembros de sectas, y en ese sentido por lo que me pregunta, pues bueno, no llevan tantos años funcionando o generando una preocupación. Entonces nace en los últimos 5-6 años, donde han podido darse esas consultas, pero insisto que el trabajo es con múltiples y numerosos grupos de diversa índole.*

#### - Entonces, ¿más que estudiar la estructura de la empresa ha estudiado a las personas que podrían llamarse "afectadas"?

*Digamos que a partir de la atención a los familiares y a las personas afectadas, eso nos puede ir proporcionando un primer nivel de información, que luego, innegablemente contrastamos con otras fuentes de información, como las que genera la propia empresa, los materiales propios de la empresa, los propios testimonios de las personas que positivamente hablan sobre esa empresa, pero también contemplando esas personas que nos consultan.*

*Entonces es un primer nivel de información, las personas nos hacen una consulta y nos aportan distintos niveles de información con respecto a la pertenencia, a la vinculación, los productos que se distribuyen, la forma de organizarse, etc. Desde allí obtenemos un primer nivel de información que innegablemente también filtramos, en el sentido de discriminar cuánto hay de la persona y de la experiencia subjetiva, y cuánto hay más atribuible a una experiencia más grupal, organizativa. En ese primer deslinde podemos ir extrayendo una cierta información sobre el total funcionamiento y la dinámica propia de la organización, insisto, siempre deslindando después la cuestión más personal o subjetiva.*

**- ¿Ha tenido contacto por ejemplo con un líder de alto rango?**

*Sí, hemos tenido contacto con alguna persona que estaba, digamos en niveles más elevados de la organización, y también con personas que estaban en niveles iniciales, de primeros contactos o de enrolamiento inicial.*

**- En general, ¿me podría decir qué significa el éxito en esta organización?**

*Complejo porque en esta organización, igual que en otras que con un corte similar, en cuanto a su estructura y su funcionamiento el éxito ya no es... el éxito no solo tiene que ver con el producto en sí mismo sino con una suerte de transformación personal que se opera a través del producto.*

*Digamos, yo estoy introduciendo un cierto nivel adicional de complejidad en cuanto a la estructura y funcionamiento de estos grupos, ya no es, vamos a ver si nos entendemos, “pierda peso y pregúnteme cómo” de antaño, de empresas como Herbalife u otras de la misma línea, donde también no solo existía el producto sino también ese proceso de transformación. Aquí es más claro todavía, es decir, todo lo que va asociado a ese producto pero al mismo tiempo a lo que se empuja es a una transformación personal a todos los niveles, a nivel identitario sobre todo. Ya no es solo una exigencia de una adhesión incondicional a la organización sino también la promesa de una transformación que llevará a la persona a otro nivel o a otra manera de funcionar, y en este punto se emparenta con otros funcionamientos que observamos en dinámicas propias de sectarismo. Ahí se*

*entremezcla el producto, la persona, la identidad, la promesa de una transformación a todos los niveles, y eso es uno de los motivos que también puede acabar atrapando.*

**- Entonces ya que ha tratado con personas que han tenido algunos problemas personales, ¿el fracaso qué supone, qué significa?**

*El fracaso supone no haber alcanzado, claro para las personas que fueron dejadas fuera o quedaron por el camino o que fueron digamos no aceptadas a niveles más íntimos de adhesión y de implicación, supone una pérdida de una gran oportunidad que habían tenido en su vida, es decir, es una cuestión totalizante.*

*Insisto, ya no es solo "perdí una oportunidad de negocio, no puedo desenvolverme en ese sector", que sería un nivel de análisis; no no, es que "perdí algo que era mucho más esencial porque iba adherido al producto esa promesa de transformación identitaria y personal", casi casi, una transformación cuasi espiritual. Muchos de estos grupos tienen una cierta dinámica que no siendo espiritual en su naturaleza propia o explícita en su mecánica interna, es una suerte de transformación interna cuasi espiritual porque te va a abrir tantas puertas, va a mejorar tu comunicación, tus relaciones, en fin, el abanico se amplía de una forma inconmensurable y claro, el fracaso es "he perdido una grandísima oportunidad", insisto, ya no es solo "perdí una oportunidad de negocio", sino "una gran oportunidad que suponía cambiar y ser otra persona". Las personas pueden quedar con un importante sentimiento de que no fueron o no llegaron a ser capaces de subirse a ese tren de la transformación.*

**- Claro, porque sí que hay personas que han hecho de esto su propósito de vida**

*Sí, aquí hay un doble análisis digamos. Un primer nivel de análisis sería, que hay personas que lo toman así, lo toman tan intensamente que lo toman como un propósito de vida. El otro nivel de análisis es ver si la propia organización estimula este tipo de dinámica, y en nuestra experiencia hay un cierto sentimiento que sí estimula ese tipo de experiencia. Ya no es solo el producto insisto, sino que es "toda mi vida girando", y esto es, digamos, elementos que tienden a preocupar a las personas que nos consultan y a las personas que han salido. La persona*

*concentra todos sus esfuerzos en torno a eso, todas las relaciones acaban girando en torno a eso, todos los contactos sociales se mueven en torno a eso, es decir, es una acaparación y un colapso progresivo de tu vida mental por la cual al final todo gira en torno al producto, las reuniones, las actividades, los encuentros, etc.*

*Esto es lo que preocupa, lo cuestionable no es el producto en sí mismo, que bien pudiera serlo desde algunos ángulos y eso a los que les toque analizarlo pues ya analizaran la bondad o no del producto, sino la dinámica personal y grupal que se genera. Es decir, si para estar dentro de una organización la adhesión debe ser incondicional y ciega, y toda tu vida al final gira en torno a eso, se abre una franja de riesgo digamos, es que uno pierda capacidad de movimiento autónomo y que todo al final quede invadido por esta actividad. Desde este ángulo, el de la pertenencia o la vinculación, pero insisto muchas veces estas propias organizaciones pueden lanzar pelotas fuera diciendo "no, no somos nosotros, es la persona que se lo tomó así". Sí, no negamos que hay personas que puedan tomarlo de tal o cual manera pero también tenemos indicadores suficientes como para poder decir que hay una suerte de dinámicas, de relación de grupo y contextuales que impelen o empujan o acaban llevando a la persona a hacer de eso su propósito de la vida.*

**- Me podrías decir, de forma más concreta, ¿cómo funciona la empresa? ¿qué mecanismos hay?**

*Los mecanismos que se dan son, en primer lugar, la promesa de entrar en un circuito de distribución donde pudiera reportar también ganancias o beneficios, ese primer acicate que puede atraer a las personas es una actividad económica complementaria. El segundo acicate o estímulo que anima a las personas digamos a enrolarse es el hecho de "también esto te va a ayudar en tu vida", porque son productos que te pueden ir ayudando. El punto es el siguiente, "hágase usted con todo el lote de productos", así de manera muy resumida, y a partir de ahí, insisto, de manera muy sintética "hágase distribuidor nuestro".*

*Esto se acompaña después de muchos encuentros en grupo, de reuniones euforizantes, de reuniones donde se promueve una adhesión hacia el grupo y una identificación plena con el ideario. Si tomamos a otros grupos que han funcionado*

*y que todavía funcionan, Herbalife u otros, muchas veces las personas de la calle tienden a pensar que una dinámica de sectarismo, que insisto aunque tiene una connotación peyorativa, no lo niego pero es un término que a mi entender describe una estructura y funcionamiento de grupo lejos de prejuzgar su doctrinario, muchas veces la gente de la calle piensa que "bueno no, siguen a un líder ¿no?, pero esta empresa no tiene tampoco, bueno sí, alguien la fundó pero bueno no es tan claro que tengan un líder...". Ya ya, pero no olvidemos que una dinámica de sectarismo puede girar en torno a una persona pero también en torno a una idea o a un producto o un objeto. Es decir, la veneración excesiva y que toda tu vida quede secundada a ese producto, a ese objeto, sea un tótem, sea un producto dietético, alimenticio o de belleza o el que fuera. Es el tipo de dinámica por el cual al final la persona puede acabar reducida a ser un instrumento de grupo o no.*

*Entonces, sobre todo lo que se acompaña de esos primeros momentos son muchas reuniones, muy intensivas en términos emocionales que es algo que sí que adhiere más a las personas a la organización porque "encuentro algo que no encontré", ya no es que solo esté es un sistema de distribución o de venta o de productos, sino que además estoy encontrando a un grupo de gente que me entiende, estoy conectando, estoy en relación con todos ellos, de pronto tengo muchos amigos, muchos contactos. Es la vertiente que va introduciendo paulatinamente el grupo y que de alguna manera lleva a que cada persona se vaya adentrando más, y más y más. En esos rituales de grupo hay que quitar un poco la aureola misteriosa de "harán cosas rarísimas", que no que no, que no hacen cosas rarísimas, se juntan, tienen un ambiente muy estimulante, muy euforizado, donde se refuerzan los vínculos emocionales, donde hay estrategias de dinámica de grupo exponenciadas y sofisticadas, y repetidas también pero repetidas con suficiente claridad e intensidad que al final las personas pues sí, acaban siendo seducidas.*

**- Entonces ¿podríamos hablar de redes de confianza?**

*Sí, totalmente, funciona así, es decir, hay que quitar esa aureola misteriosa rara de la secta o los grupos que funcionan como una secta o que tienen aspectos sectarios ¿no?, porque ahí hay muchos matices a hacer, pues claro, debe ser un tipo muy curioso que debe estar en una sala pensando toda la maniobra para... No no, esto*

*se desenvuelve por redes de confianza. Tú vas a un evento, haces amigos, lo que decíamos, entonces bueno, ahí es donde te vas introduciendo, entonces el producto va entrando por sí solo porque primero se estimula las relaciones personales y las relaciones de confianza. A partir de ahí, el producto y tu adhesión a la empresa, y eso va de manera imperceptible, y la persona sostiene que está controlando el proceso y que lo está decidiendo él.*

*Con respecto a si lo decide uno o no, yo creo que hay evidencias suficientes desde la propia investigación en algunos ámbitos de la Psicología, que demuestran que nuestras actitudes, nuestros comportamientos pueden ser influenciados innegablemente por determinados parámetros sociales, contextuales o grupales, y que nuestras decisiones pueden estar condicionadas en muchos ámbitos de nuestra vida y este no queda excluido digamos. O luego dice "no, es que yo lo escogí porque quise", bueno yo no se lo discuto que usted lo escogiera o no pero cuando usted escoge un producto en un supermercado ¿lo está escogiendo usted libremente? ¿o tiene todo un background publicitario que también influye en su elección? Si aceptamos que pueda haber toda una afectación en cuanto a la propia decisión de todo un background publicitario, ¿por qué no aceptaríamos que un contexto grupal, euforizado o con alto contenido emocional, tu decisión final no pueda estar mediatizada por ese contexto? Innegablemente lo está y quién diga que no lo está pues es que puede autoengañarse, es decir, que si usted está en un grupo de 30 personas y cree que su decisión va a ser autónoma, no, su decisión va a estar mediatizada también por el entorno de esas 30 personas. Entonces bueno, si esas 30 personas al unísono defienden las bondades del producto, de la organización, del cambio de vida, del estilo tan nuevo que he ganado, de la transformación, al final uno dice "yo también quiero eso".*

**- Con lo que has dicho ¿se podría decir que es un nuevo tipo de secta?**

*Son nuevas formas de organización, si queremos llamarlo así, comercial, de distribución, donde ellos dicen que no trabajan de manera multinivel sino en red, y que tiene aspectos sectarios. Ahora, qué es una secta destructiva, estructurada, al uso, bueno yo creo que sería más acertado decir que tiene funcionamientos y aspectos propios de una secta.*

*Digo porque el tipo de secta, la noción de secta destructiva es un tipo teórico, vamos a ver si nos entendemos, pero ¿existe alguna que lo sea? sí, claro que existe alguna pero es un tipo teórico, ¿pero existe en la realidad? sí, claro que existe pero es un tipo teórico. Ese tipo teórico nos sirve para comparar y analizar distintos grupos y distintos funcionamientos de grupo, cuánto más se acerquen a ese tipo teórico, más elementos hay para decir "hombre pues sí, está estructurada y funciona como una secta destructiva", cuánto menos elementos presente podemos ser más, como decíamos en relación a este grupo, más conservadores en ese sentido. Entonces tiene aspectos sectarios, ahora, es una cuestión de tiempo que una agrupación con aspectos sectarios puedan cristalizar como una secta destructiva, ciertamente, y eso depende de los estilos de liderazgo, de los compromisos exigidos a sus adeptos, de un número de parámetros adicionales que también hacen que un grupo cristalice finalmente como una secta destructiva. Pero sí, es una agrupación, una empresa con aspectos y funcionamientos tipo secta.*

**- En cuanto a la oportunidad de negocio, ¿podríamos decir que se ha generado un nuevo tipo de trabajo?**

*Claro, se ha generado un nuevo tipo de trabajo en consonancia también a los tiempos que estamos viviendo, donde hay ese azote digamos también de la crisis, donde cada vez más se buscan salidas alternativas o salidas donde uno pudiera ganar más en menos tiempo. Lo que pasa en todos los ámbitos, desde el religioso hasta el terapéutico, hasta el comercial, es decir, todo es cada vez más rápido, más fast food. Si lo puedo conseguir de esta manera y no con tanto esfuerzo mejor porque esto va a ser una venta mucho más directa, entonces sí, intentan generar nuevos estilos de negocio, pero habría que ver si realmente son tan nuevos porque son sistemas basados en redes de confianza, y que ya funcionan desde hace muchos años. Lo que pasa es que van cambiando los formatos, cambia el envase de la botella pero el contenido no dista mucho del que desde hace muchos años se promueve en otros ámbitos, simplemente cambia la etiqueta y la botella pero los contenidos tocan anhelos e inquietudes humanas muy naturales y extendidas. Insisto, cambia el formato pero en el fondo y el contenido podríamos encontrar*

*otros numerosos ejemplos a lo largo de la historia que nos apuntarían de distinta manera a lo mismo.*

**- Hablando un poco del distribuidor, ¿cuáles pueden ser los motivos por los que decide entrar a formar parte de?**

*Sobre todo el primero que dan los propios distribuidores es el motivo económico, "esto me va a suponer un plus y una ganancia", y el segundo motivo que va adherido también es "van a operarse cambios, como decía antes, en mi vida muy importantes, van a haber transformaciones". Pero la primera línea es "voy a tener una fuente de ingresos y esto me va a reportar más". Es claramente una motivación económica de entrada sí.*

**- Entonces, ¿la figura del distribuidor va a perseguir esos cambios, ese estilo de economía?**

*Sí sí.*

**- Luego, ¿cómo se podría describir la figura de los fundadores de la empresa? porque claro, no tienen un contacto directo tampoco en un primer momento, cuando reciben la información en una presentación pero luego si pueden indagar**

*Son presentaciones de las figuras de los fundadores idealizadas, donde se les puede transmitir esas figuras como un modelo a seguir y a través de eso es que uno también va entrando ¿no?, porque te estimulan a que eso tú lo puedes alcanzar aunque tú luego no los conozcas, pero te hablan, hay referencias, hay menciones, hay una aureola incluso a veces de misterio donde "ya lo irás viendo", "poco a poco", "de formar progresiva". Entonces es a través de esta aureola de misterio y de identificación con ellos como modelos a los cuales tú podrías emular o llegar a ser.*

**- ¿Qué tipo de discurso se utiliza?**

*El tipo de discurso suele ser bastante simplista, blanco-negro, y sobre todo con grandes máximas, frases tipo eslogan que sirven casi casi como mantras a los cuales uno debe repetirse para alcanzar esos objetivos. Es un discurso propagandístico.*



**- ¿Qué tiene mucho que ver con la crisis también?**

*Sí, totalmente.*

**- De acuerdo, una última pregunta, ¿tiene alguna publicación académica en relación a esta empresa?**

*No, a esta empresa no.*

**- ¿Publicaciones sobre el comportamiento sectario, no?**

*Digamos que ahí mi experiencia es la experiencia clínica, insisto, con familiares y personas afectadas directamente, pero publicación académica específica sobre este grupo no.*

## Anexo V

### Entrevista a Diamante calificado de 39 años que vive en España

Entrevista realizada a través de Skype el 19-04-17

#### - ¿Cómo describirías tu carrera profesional?

*¿Dentro de la oportunidad?*

#### - No, tu carrera profesional antes de conocer la oportunidad

*Como mi formación es como técnico en industria y me he desarrollado durante años, actualmente sigo dedicando una jornada laboral al apartado técnico. Lo que veo es que dentro del trabajo lineal hay una limitación porque muchas veces uno no puede decidir por su futuro, muchas veces hay que estar a expensas de una empresa, un jefe. Creo que dentro del lineal puedes vivir una vida normal pero nunca tienes el control sobre lo que sucede. Como estaba en esa situación y también dando clases, bueno con formación de profesor de yoga, de meditación y también como terapeuta en kinesiología holística y sinergia, una de las cosas que pude comprobar es que la limitación que yo encontraba a veces dentro del apartado lineal, dentro de una profesión normal o un trabajo normal, también lo encontré en muchas personas que he atendido en clases de yoga, también atendiendo a personas en consulta. Una de las cosas que me abrió los ojos fue esto, el hecho de comprobar que la mayoría de las personas, sus dolencias físicas, emocionales o simplemente de realización profesional, les generaba situaciones de no conformismo para ellos mismos. Entonces me di cuenta de que a nivel mundial muchas personas estamos como cansados o por decirlo de algún modo, un poco tristes por los empleos que a veces están desarrollando, que no nos dan una profundidad, no nos dan posibilidad de dejar un legado y tampoco, en muchos casos, no nos dan una consolidación económica para poder cumplir nuestros sueños. Entonces cuando conocí esa oportunidad, la sentí lo primero, fue una intuición en la que percibí que era una posibilidad muy amplia para mí y para muchas personas del mundo y bueno, me lancé a ella con total entusiasmo y total entrega.*

#### - En el mercado laboral, ¿dirías que tu carrera es de las más demandadas?

Bueno, como técnico en industria siempre he tenido muchas posibilidades de trabajar, muchísimas, por la parte técnica siempre va haber trabajo pero una de las cosas que he observado es que las condiciones cada día son menores porque a nivel mundial muchas personas se forman a nivel técnico, ingenierías superiores, técnicas o grados superiores. Una de las cosas que observo es que, como hay mucha oferta de titulados o de profesionales pues obviamente las condiciones cada día son menores.

**- ¿Y está bien remunerada?**

*Pues, en la experiencia que yo tengo el abanico es muy amplio, hay personas que están muy bien remuneradas y hay otras, actualmente, que están teniendo con carreras técnicas, sueldos por ejemplo de mil euros. Eso es lo que conozco yo de multinacionales, actualmente además observo que muchos titulados técnicos entran en empresas con contratos de prácticas y cuando pasa el periodo de prácticas, a veces tienen la posibilidad de seguir durante un año o dos años, y luego generalmente las empresas los despiden porque los tienen que hacer fijos y entonces prefieren coger a otros de prácticas y volver a repetir el ciclo. Esto lo estoy viendo actualmente en la multinacional donde trabajo.*

**- ¿Por qué elegiste emprender?**

*Lo primero de todo porque me gustaban los retos, soy una persona inconformista, quizás un poquito rebelde en ese sentido, que considero que el mundo o la economía debe estar más repartida, porque posibilidades y economía hay, y bueno, soy una persona que cuando algo me motiva, me gusta, pues me gusta afrontarlo, para mí es como un aprendizaje nuevo. También obviamente por el hecho de poder crear tu propia empresa, tu propia economía y que dependas exclusivamente de ti y de tus acciones pues me gusta. El poder desarrollarme en muchos ámbitos profesional y personalmente.*

**- ¿Cuál es tu definición de emprender?**

*Imagino que hay muchos ámbitos de emprendimiento pero emprender significa tomar las riendas de tu vida, dedicarte de forma personal a algo que te ilusiona, te apasiona y algo que sientes como futuro y crear las condiciones para que eso que has sentido o eso que uno quiere hacer se lleve a cabo de la mejor manera posible.*

**- ¿Cómo y cuándo conociste la oportunidad?**

*La oportunidad la conocí un 14 de Mayo del 2014, bueno, la había conocido un poco antes pero esa fecha es en la que yo comencé la oportunidad. La conocí a través de una muy buena amiga, la Dra. Eva Bernal, ella es una persona con la que yo he coincidido haciendo estudios de terapias alternativas y como en muchos aspectos de la vida pensábamos parecido, ella pensó en mí, pensó en que yo debía conocerla y me la transmitió. Dado que siempre todo lo que ha venido desde ella ha sido siempre positivo y han sido sucesos que siempre han coincidido, llegó justo cuando estaba buscando algo para ayudar a otros y para mejorarme a mi mismo. Fue a través de ella y desde entonces colaboramos, trabajamos juntos, se ha creado una amistad muy superior a la que había antes y una conexión prácticamente de hermandad o familiar, y me gusta mucho este aspecto, el poder crear este tipo de relaciones personales.*

**- Entonces el hecho de conocerla de antes, ¿Te inspiró confianza, no?**

*Sí, la verdad que eso me pareció un punto importante. La conocía profesionalmente y eso me dio mucha seguridad, que viniese de ella y bueno, también la conocía desde el ámbito personal, entonces esto fue para mí una gran seguridad.*

**- Cuando te presentaron la oportunidad, ¿Qué viste ahí?**

*Dentro de la oportunidad que desarrollamos encontré una unión entre profesionalidad, economía, colaboración, crecimiento personal y quizás también una misión o un futuro o una forma de actuar más ética, más justa, a nivel global. Fueron todas las cosas que yo anhelaba en profesiones, en empresas, algo idílico que lo encontré aquí.*

**- ¿Cuál fue tu primera reacción?**

*Pues fíjate, la primera reacción fue de asombro porque lo que esta oportunidad hace legítimo, que es el consumo de unos productos naturales que es ciencia, yo esos productos ya los conocía de antes porque yo ya los estaba usando, los usaba en terapias, los había usado personalmente entonces sabía la grandeza de lo que esa compañía hacía, lo que no sabía es que su crecimiento era de ese modo, de un*

*modo colaborativo, de compartir, de formar, de capacitar y esa parte profesional como si fuese ese coach práctico de personas en personas. Entonces fue un asombro mayor.*

**- ¿Por qué conociste antes el producto que la oportunidad?**

*Pues porque había acudido a un taller de salud que la Dra. Eva Bernal también había impartido y yo tenía mucha documentación técnica y había comprado los productos para usarlos yo en consulta y para poder testarlos a través de la kinesiología holística.*

**- ¿Qué fue entonces lo que te llevó a formar parte del equipo de la INT?**

*Sobre todo la intuición, cuando a uno le presentan algo o sucede algo o le llega una información hay veces que el propio cuerpo está percibiendo la grandeza de algo, es como una corazonada, cuando te llega una corazonada profunda y grande, cuando sientes algo así pues yo al menos me dejo guiar porque siempre que me he dejado guiar por estas corazonadas pues es que viene algo grande. Segundo, porque no corría ningún riesgo, es una oportunidad que sin invertir una cantidad grande tú puedes ser empresario de una manera muy amplia y los resultados están. Están los resultados del Dr. Herminio Nevárez que fue nombrado empresario mundial de toda Latinoamérica en el 2015, los resultados del Dr. Carlos Rocha, Doctor Honoris Causa por el impacto positivo en la humanidad en 2014, y bueno, los resultados de muchas personas a nivel mundial. Entonces, cuando ves algo tan grande, tan ético, tan justo, que obviamente solo requiere de la implicación de uno mismo y de la dedicación, la visión y el entusiasmo, la pasión y poner acción, pues bueno, yo digo "Si otros lo logran pues para mí también es".*

**- ¿Qué crees que lleva a una persona a emprender?**

*Creo que las personas que emprenden muchas veces es por inquietud interna, porque creen que pueden estar mejor a muchos niveles, económico, personal, de desarrollo profesional. Sobre todo porque una persona ha soltado los miedos a hacer algo diferente que quizás no lo haya visto ni conocido. Creo que el emprendimiento es superación porque te enfrenta a cosas nuevas, uno tiene que*

*aprender cosas diferentes que quizás uno no conocía y viene por un intento de mejorar a nivel personal y profesional.*

**- ¿Lees libros de emprendimiento y liderazgo?**

*Sí, ya había leído muchos libros sobre liderazgo porque también en consulta hay un modo de ayudar a las personas a mejorar sus estados emocionales o personales a través de despertar y de ayudarlo a sacar el potencial humano. Profesionalmente ahora enfocado más en lo que es el liderazgo humano o empresarial pues sí que tenemos referencias de libros de liderazgo y de crecimiento personal a nivel profesional.*

**- ¿Me puedes nombrar alguno de ellos?**

*Bueno, la referencia para mí dentro de esta oportunidad es la "Guía del éxito" porque es el libro más práctico para que una persona pueda entender y pueda saber aplicar, desde los principios y los valores, toda la dinámica de esta nueva profesión, por decir nueva. Ese libro para mí es un referente, traducido en varios idiomas, es la forma más sencilla para que una persona pueda aprender. Luego hay otros libros por ejemplo "Forjando líderes del futuro" que también es propio de nuestro equipo empresarial, la INT, que ya profundizan de una mayor manera el objetivo de esta oportunidad, que es desarrollar personas, y lo hacen de una forma más sintetizada. Hay varios libros que he leído, entre ellos también Robert Kiyosaki "Padre rico, padre pobre", para entender un poco los paradigmas de la educación, de cómo unas personas se han formado para ser empleados y otras personas se han formado para ser emprendedores, o tener éxito como emprendedores.*

**- ¿Por qué crees que es importante desarrollar un liderazgo en un negocio de este tipo?**

*Creo que desarrollar el liderazgo es importante en todas las profesiones, absolutamente en todas, en unas tiene más importancia. Aquí sobre todo porque una persona primero tiene que tener un conocimiento, tiene que motivar a otras personas, dar la confianza a otras personas de lo que se está diciendo, de lo que se está haciendo. Obviamente tiene que ir ligado todo a una acción, aquí hay una teoría pero tiene que ser aplicada en la acción y va todo enfocado a eso. El poder*

*desarrollarte como persona es muy importante por esto, porque tienes que liderar a personas y uno se convierte, adquiere o debe adquirir conocimientos casi en psicología, en gestión de grupos, en gestión de información, también en solventar posibles conflictos de la mejor manera posible. Entonces al final cuando una persona desarrolla esta oportunidad es como si estuviese liderando o gestionando un grupo empresarial o un grupo de trabajo de una forma muy especial.*

**- ¿Cómo describirías la relación con el resto de líderes de la INT?**

*Una de las grandezas de esta oportunidad, a diferencia de otras que he conocido, nos caracteriza por ejemplo, la colaboración. La unión que hay con los compañeros de la INT que he podido percibir en estos casi tres años, es algo que me ha dejado impactado, por ejemplo, personas que no conoces absolutamente de nada que en un momento pidas ayuda en cualquier parte del mundo y que te entreguen todo su conocimiento, toda su ayuda para ayudar a formar a personas en su país o en cualquier lugar, con eso me quedo impactado. También por el mismo hecho que trabajo en una multinacional a nivel técnico y esto no lo veo, cuando aquí realmente somos independientes pero trascendemos lo que es la colaboración, o sea es algo impactante, porque las bases son la colaboración y la ayuda y porque dentro de esta oportunidad tanto como crezca un compañero es como también te revierte a ti, porque la compañía tiene un Plan de Compensación que valora el crecimiento absolutamente de todos y redundando en todos. Entonces de ese modo aquí no creamos competitividad entre unos y otros.*

**- En concreto ¿cómo ha sido la relación con las personas que te han enseñado?**

*Con todas las personas que me he podido formar ha sido una relación como muchas veces decimos, de mentoría, es una relación como si fuese un familiar que te está enseñando con todo el corazón, con toda la sabiduría dentro de la oportunidad. La enseñanza no es como en una universidad o en un empleo, porque obviamente se empieza desde una posición casi familiar, es una amistad profunda y bueno, se crean vínculos de relaciones muy profundos con muchas personas, en lazos personales muy bonitos, muy íntegros y al final terminas conociéndote muy bien y para mí eso es muy grande.*

**- ¿Cómo se obtiene el conocimiento para poder ser un empresario en redes?**

*El conocimiento lo obtenemos de varias formas, primero está el equipo, las personas que a uno le han traído a la oportunidad, le han invitado a conocerla, hay un equipo en cualquier parte del mundo que está para formarte, para enseñarte, para guiarte, para corregir, para motivarte. Luego tenemos la "Guía del éxito", el libro de referencia, donde uno lo tiene como consulta diaria para revisar todas las cosas que uno pueda estar haciendo o gestionando, tenemos audios semanales donde personas de todo el mundo comparten su conocimiento en muchos ámbitos para que sea de una forma sencilla, escuchando el audio mientras vas estás conduciendo o estás haciendo las labores de casa. El conocimiento se entrega también a través de las reuniones centrales y semanalmente, también de las universidades del éxito que son reuniones que se hacen cada dos meses y medio-tres meses en varias ciudades, por ejemplo en España se suelen hacer en Barcelona y Madrid, allí también hay un compartir de personas que llevan más años en la oportunidad y se hacen formaciones técnicas empresariales y también técnicas de salud, y luego las reuniones mundiales donde tanto la compañía como el equipo empresarial hacen formaciones específicas a nivel mundial.*

**- Al ser socio de la empresa 4Life, ¿podrías describir la relación que hay entre empresa y distribuidores?**

*Siendo un grupo independiente, la INT es un grupo independiente, la asociación que tiene con la compañía 4Life es única porque hay una simbiosis entre el equipo de la INT y 4Life, muchas veces desde el propio equipo empresarial hay ideas que luego la compañía las aplica y hay un gran crecimiento tanto de la compañía como del equipo. Muchas veces el propio equipo cuando necesita cualquier cosa pues pregunta a las personas con más relevancia o más crecimiento dentro del equipo, es como si fuesen un matrimonio bien avenido obviamente. La colaboración es plena y ahora mismo de hecho, pese a que somos un equipo independiente, hay un pactado en el que el propio equipo de la INT actúa casi como si formara parte del equipo directivo de la compañía, a nivel de consulta.*

**- ¿Has conocido a los fundadores de la empresa?**



*Sí, en el año 2015, acudí a mi primer evento mundial en Utah, en la sede de la compañía, allí pude conocer personalmente a los fundadores de la compañía, David y Bianca Lisonbee, a Steve Two, a los científicos, bueno y a todo el cuerpo técnico. Y fíjate, ahí es cuando todo lo que yo había sentido fue otra vez revelado. Cuando ves a dos personas con 74 años que tenían entonces, con esa jovialidad, con esa entrega y esa cercanía, los fundadores de una empresa multimillonaria y cuando los ves con esa cercanía, cuando los ves con todos los proyectos sociales que están realizando en Brasil y en otras partes del mundo ayudando a las personas más desfavorecidas, cuando ves toda la grandeza del cuerpo científico, de todos los estudios y cómo lo entregan, ahí es cuando me di cuenta de que esta compañía y esta oportunidad no tiene comparativa a nivel mundial porque entregan más de lo que ellos reciben. Pude comprobar al verles las caras a ellos y ver cómo eran ellos.*

**- ¿Qué experiencia tienes con los productos de 4Life?**

*Como ya los conocía incluso antes de ser desarrollador empresarial, yo los uso a diario en consulta. A través de la kinesiología holística yo había podido testar muchos productos naturales que ayudan a las personas a recuperar salud en muchos aspectos, y cuando empecé a testar y a comparar los que usaba con los que uso actualmente de 4Life, me di cuenta de que eran únicos. También los he estado usando yo obviamente, los uso yo primero y luego los aplico en consulta, y siempre los resultados han sido positivos en todas las personas que yo he recomendado. Siempre los he usado en nivel deportivo o para mí mismo, he visto la gran eficacia. Luego todas las certificaciones mundiales y registros mundiales, en universidades, en asociaciones científicas para la salud, en Rusia en la seguridad social, están certificados por el Comité Olímpico Internacional para deportistas olímpicos, bueno, tiene tantas referencias y tantos certificados que es algo único.*

**- ¿En tu uso personal, qué cambios has experimentado hasta ahora?**

*Yo siempre me he cuidado mucho, siempre pero en los últimos años mucho más, me dedico a temas relacionados con la salud y una de las cosas que he mejorado, que siento que he mejorado, es una estabilidad en la salud cuando alguna vez por cosas de la vida uno se encuentra un resfriado o una gripe o lo que fuera las*

*recuperaciones son más rápidas. También como usamos productos que mejoran la condición mental o a nivel de estrés, una de las cosas que veo también es eso, que el estado de ánimo, la capacidad mental, siempre está más óptima. Aspectos también de la piel, a nivel deportivo y sobre todo lo que he comprobado es, sobre todo en las personas que no se cuidan tanto, cuando lo empiezan a usar tienen grandes beneficios.*

**- ¿Hay líderes en tu organización que hayan estado antes en otra empresa multinivel?**

*Sí, hay varias personas que conocían lo que se conoce por redes de mercadeo o redes de autoconsumo, como me gusta llamarlas a mí, hay personas que conocían oportunidades hace más de veinte años y bueno, esas personas ya conocían la grandeza de este tipo de oportunidades pero cuando conocieron esta oportunidad, dicho en sus palabras, es una evolución total de lo que ellos conocían hace veinte años. Con el paso de los años tiene que evolucionar y mejorar, pero las personas cuando conocen esta oportunidad se dan cuenta de los pequeños matices que la hacen superior a otras, por el Plan de Compensación, por la forma colaborativa, porque el consumo, o sea el producto que se consume es ciencia y bueno, eso es lo que todas las personas van comentando, la singularidad de esta oportunidad en ese sentido.*

**- Por eso mismo te iba a preguntar, ¿qué es lo que diferencia a 4Life de otras empresas?**

*Para mí hay muchas cosas. Primero, los principios y los valores tanto de la compañía como del equipo empresarial, que entre nosotros no hay competitividad. Segundo, el producto que se consume es ciencia, es la mejor investigación científica natural para medicina preventiva de la historia, no es comparable con ninguna otra cosa que otra compañía puede tener a niveles de nutrición y de salud, porque es ciencia, no se puede comparar. Tercero, porque el Plan de Compensación de la compañía es único en el mundo. Por tanto la compañía entrega más de lo que gana, los principios y valores de la compañía cuando dedica gran parte de sus ingresos en ayuda social, por ejemplo en la Casa Rosada en República Dominicana donde ellos subvencionan totalmente la alimentación,*

*formación y estudios de niños huérfanos y con enfermedades, bueno, en Brasil y en otros países también. Son principios que a mí me gustan tener presentes y el hacerlo con esa grandeza y de una forma tan familiar y tan cercana, me parece la clave del éxito para todo.*

**- ¿Qué incentivos ofrece la compañía para motivar a sus distribuidores?**

*El Plan de Compensación es único y los incentivos por ejemplo, puedes tener desde un viaje pagado para dos personas a alguna parte del Caribe, donde allí aparte de disfrutar del clima, recibes información empresarial, actividades de formación, actividades de aventura, el poder compartir con personas de todo el mundo de una forma gratuita, también hay cruceros, etc., esos son como un incentivo extra, se conoce como el Great Escape, hay varios durante todo el año donde uno puede acceder. Luego hay incentivos de bonos por crecimiento, hay bonos por ranking, en el tercer rango de la compañía, por ejemplo, el bono generacional puede oscilar como mínimo en 3000 euros, entonces eso es un incentivo real de crecimiento, en parte porque has ayudado y formado a varias personas.*

**- Entonces, ¿crees que se ha formado un nuevo tipo de trabajo?**

*Creo que se ha formado una nueva profesión, un nuevo modelo de emprendimiento, un nuevo modelo de relaciones laborales, un nuevo modelo de relaciones personales, un nuevo modelo de colaboración y también un nuevo modelo de crecimiento personal.*

**- ¿En tu vida personal qué ha cambiado desde que conoces la oportunidad?**

*Ahora dedico mi tiempo libre en conectar con personas, siempre me ha gustado poder conocer personas, ahora tengo también un motivo para conocer personas nuevas, un motivo más. Ha cambiado que dedico mi tiempo libre en formarme y en formar a personas, en contribuir y en poder entregar lo que yo conozco a otras personas, llevándoles a los resultados. Luego me da la posibilidad de que a personas que puedo conocer de una forma fortuita o aleatoria, tengo también un motivo para hablar con ellas, y también la posibilidad de entregar una oportunidad a personas que están buscando, a personas que quieren un cambio en su vida.*

**- Cuando empezaste, ¿las personas de tu entorno cómo te observaban? O sea, tú habías decidido emprender pero ¿qué pensaron las personas de tu entorno?**

*Pues, siempre hay tres partes, las personas que confían en ti e identifican también de la misma manera la oportunidad, personas que ven la oportunidad de una forma completa y lo ven claro. Luego hay personas que les gusta el producto y cuidarse, y lo hacen solo desde ese punto del cuidado de la salud. Hay algunas personas que se quedan como parados, curiosos pero escépticos y te observan, de hecho muchas personas te observan, ven lo que vas haciendo y te van preguntando de vez en cuando, están como curiosos. Pero también hay personas que por sus paradigmas, por sus miedos, por todo lo que ellos creen que la vida es, pues pueden desarrollar un miedo a lo desconocido, como en muchos casos de la vida ¿no? Cuando uno emplea actividades diferentes, obviamente el perfil de tu vida, la referencia que otras personas tienen de ti pues ha cambiado, y hay personas que no saben gestionar esto.*

**- ¿Las personas de tu entorno llegaron a preocuparse por ti?, o personas que quizás no creían en la oportunidad pensaban que esto no era para ti**

*Bueno, yo no necesito que otras personas refuercen o certifiquen o me den el consentimiento ¿no? Pero por ejemplo mi familia al principio sí que se quedaron un poco extrañados porque obviamente no conocían, y bueno, mi madre siempre había confiado en las decisiones que yo tomo pero a mi padre le costó un poco más, mi padre por ejemplo hasta que no vino a un evento europeo, porque yo decidí invitarles para que conocieran a todo el equipo, y ahí es cuando los dos se quedaron impactados en todos los aspectos, con la formación, la documentación, el trabajo en equipo, etc. En ese momento ellos abrieron sus paradigmas y se dieron cuenta de la grandeza, en general. Luego cuando las personas, sobre todo aquí en España que no es tan conocido este tipo de oportunidades y a lo mejor en su momento incluso hayan llevado mala prensa de una forma intencionada creo yo, pues obviamente a las personas les da miedo, pero bueno, yo sentí que todo el conocimiento que tenía y todo el desarrollo que uno puede tener personalmente, profesionalmente, cuando uno encuentra algo profundo, uno debe tener la valentía de ser visionario y de liderar los inicios.*

**- ¿Te ha tocado tratar con alguna persona que piense que es un sistema que no funciona o que es un fraude, incluso haya utilizado palabras como pirámide?**

*Sí, en muchos momentos, se pueden dar casos que una persona te comente sus ideas o sus creencias, bueno, todo es válido pero yo uso una frase, "lo que crees, creas", tanto en la salud como en cualquier cosa, lo que uno cree lo crea. Yo por ejemplo sé que funciona porque me está funcionando a mí, porque para mí funciona y a otras personas, personas que tienen actitud, que son positivas, para esas personas funciona, para una persona que no se deja guiar o no tiene actitud pues obviamente no puede funcionar, como todo en la vida.*

**- ¿Cómo es tu día a día?**

*Pues mi día a día, yo dedico ocho horas a un empleo como técnico y ya en la parte técnica estoy pensando muchas veces en lo que voy hacer en lo que es la oportunidad, no sabría decirte el tiempo que le dedico pero en mi tiempo libre, un 50%, ahora mismo dedico a la oportunidad, antes dedicaba una parte a dar clases de yoga, hacer más terapias pero he ido reduciendo ese tiempo para trabajar con el equipo, formar a personas, compartir la oportunidad con personas nuevas, formarme, escuchar audios de motivación, de formación. Ese es mi día a día, cuando termino mi trabajo voy a trabajar con el equipo y seguir creciendo.*

**- ¿Podríamos decir que trabajo y vida se conjugan?**

*Sí, porque en cualquier actividad que uno hace, si uno hace deporte y se apasiona con su deporte, pues le dedica, por ejemplo el que salga a correr o en bicicleta, tres o cuatro días a la semana o quizás más, y luego generalmente en su tiempo libre están comentando que ruta van hacer el fin de semana o que han hecho o cómo han corrido y entrenado. Pues, dentro de esta oportunidad es practicar lo mismo, es como si hicieses deporte de una forma profesional, quiero decir que el tiempo libre lo dedicas a enseñar, a formarte, a formar personas y luego esas personas también formarán parte de tu vida.*

**- ¿Qué objetivo quieres cumplir con esta oportunidad?**

*El primer objetivo que yo marqué cuando conocí la oportunidad y el motivo por el que lo hago es porque me gustaría tener más tiempo en mi vida. Actualmente no*

*tengo familia pero no creo en el modo laboral actual, en el que los dos adultos de la familia tienen que trabajar para llegar a final de mes y los hijos están siendo cuidados quizás por los abuelos, o haciendo un montón de extraescolares, y generalmente no hay una convivencia de niños y adultos o la pareja mismo, muchas veces las parejas ni se ven y eso está rompiendo muchas familias, muchas relaciones personales. El poder tener en equilibrio economía y tiempo y poder gestionarlo tú, para mí eso es algo bueno que da esta oportunidad. Sobre todo esto, luego también por el hecho de poder dejar un legado en la humanidad, el abrir caminos para otros y poder marcar el camino para que otras personas puedan confiar también es importante.*

**- ¿Qué valores definen al equipo?**

*Los valores principales del equipo que uno tiene que instaurarlos en sí mismo porque si quiere resultados tiene que instaurarlos son, primero la igualdad del ser humano, dentro de esta oportunidad todas las personas tienen el mismo valor, da igual de dónde provengan, sus estudios, su economía o edad, todas las personas tanto tengan resultados como no son igual de empresarios. La colaboración, la entrega de amor, y la libertad, porque aquí tú decides por ti mismo, si uno quiere crecer solo tiene que decirlo y pedir apoyo, pedir colaboración y aplicarse porque esto no es como una empresa tradicional porque no hay una persona que te presiona para llegar a resultados sino que simplemente lo tienes que decidir tú, te pueden motivar o inspirar pero no deciden.*

**- ¿Se podría incluir también la integridad?**

*Sí, es uno de los valores que me gustan y la INT para mí es integridad porque es la base de todo, es el aceite que acompaña todo, si no hay integridad no hay nada.*

**- ¿Cómo ha sido tu experiencia en el proceso?**

*La experiencia es muy positiva porque me he podido desarrollar en muchos ámbitos como hablábamos antes, a nivel empresarial, profesional. Uno mejora su capacidad de comunicación, su capacidad de entendimiento, su capacidad de intuición, de visión, de poder seguir, siendo una persona con mucha capacidad de resiliencia. Te conviertes en una persona con unos valores y capacidades increíbles*

*que cualquier empresa en el ámbito tradicional valoraría mucho a nivel de gestión de equipo, de liderazgo y de motivación, bueno de muchas cosas. Desarrollas esto porque esto es una escuela.*

**- ¿Cuántos años has tardado en conseguir tu rango?**

*El primer rango de la compañía lo hice al tercer mes y ahora llevo un poco más de tiempo para lograr el segundo que está ya a puertas. Estamos abriendo un mercado nuevo que es en la zona norte de España y se está expandiendo ya a otros países, entonces estamos creando esa base y una vez teniendo la base, los demás rangos van a venir ya por sí solos, porque cada día las personas tienen cada vez más información, cada día las personas están despertando de algún modo, se están dando cuenta de que la economía tradicional no aporta regularidad, no aporta una seguridad y cada día las personas se están abriendo más a emprender y aquí como decía, no hay nada que perder y mucho que ganar o desarrollar.*

**- ¿Las personas que te han enseñado te inspiraban? ¿Querías conseguir sus cualidades?**

*Obviamente sí, la Dra. Eva Bernal, que es la persona que me invitó a conocer la oportunidad tiene muchas cualidades que admiro mucho, a nivel humano y a nivel profesional. Luego las personas que he ido conociendo, por ejemplo Carmen Solà, que es la empresaria más potente a nivel europeo, ella tiene un conocimiento muy amplio, ella fue pionera con temas de medicina cuántica y medicina natural en España, ella tiene un desarrollo personal increíble y luego a nivel profesional avalan sus resultados, al ser la empresaria más importante a nivel europeo. Son cualidades que gustan, hay unas que te llaman más la atención que otras, por ejemplo del Dr. Carlos Rocha cuando lo conocí me impactaron su energía, su entusiasmo, su fortaleza, su seguridad, sus resultados hablan por sí solos, una persona que en once años tiene un negocio valorado anualmente en más de 20 millones de dólares pues imagínate, y además la cercanía que esa persona tiene, el desarrollo de la humildad, de la colaboración, de la integridad. Me impacta que las personas con mayor crecimiento son las personas más íntegras, más humildes y con mayor valor del servicio a otros.*

**- ¿Tu objetivo en esta oportunidad sería llegar a platino? con esos valores y principios que hemos hablado**

*Sí, un platino que es la máxima categoría, por lo menos todos los platinos que hay son personas de un desarrollo personal único, para mí son referentes mundiales en todos los aspectos y eso sería realmente un sueño. Pero para sentirme realizado no tendría que llegar hasta allí, eso sería un regalazo, pero con dedicarme con exclusividad a esta oportunidad ya me sentiría una persona muy afortunada y realmente realizada.*

**- ¿Por qué una persona puede no tener resultados?**

*A veces, bueno no lo conozco todo pero, una persona puede no tener resultados cuando no se deja guiar, o por el ego, porque el ego no le deja ver algunas cosas que puede hacer mejor, porque no se implica, porque no tiene una determinación para ir a por sus sueños. También porque no está consultando la Guía del éxito o la dirección de cómo se hacen las cosas de una forma sencilla, o porque no ha captado la visión de desarrollar una oportunidad para dejar también un legado a otros, cuando uno capta la visión de trascender su vida y de inspirar a otros y ayudar a otros, uno no la suelta, uno sabe que esta oportunidad trasciende de una forma no solo en tu economía sino también a nivel social. Puede darse también que uno se deje influenciar por los demás.*

**- ¿Conoces a personas que han dejado de formar parte del equipo?**

*Sí, hay estadísticas mundiales a nivel de empresas de redes de autoconsumo y hay unos porcentajes de abandono, porque lo puede hacer todo el mundo pero no todo el mundo lo va a conseguir, por las actitudes personales que uno tiene que desarrollar y aplicar. Dentro de nuestra oportunidad tenemos el mayor porcentaje de retención de las personas, quiere decir, que el mayor porcentaje de continuidad de las personas corresponde a las personas que pertenecen a la INT y en asociación a 4Life. Las personas que en un momento dado deciden dejarlo muchas veces es por los procesos, pueden ser opiniones de otros, la falta de la visión, pero generalmente es por la falta de fortaleza interior para seguir desarrollándola.*

**- Me has hablado de un porcentaje, ¿Conoces los porcentajes concretos?**



*No lo recuerdo seguro, no recuerdo si era un 40-60% de las personas que permanecen durante x meses, continúan haciéndolo. Luego hay personas que se quedan únicamente como consumidores, por ejemplo sí que sé que 8 de cada 10 personas que usan el producto ya sea dedicándose a la oportunidad o no, siguen usando o lo recomendarían a otros.*

**- En cuanto a las personas que abandonan el equipo, ¿sigues manteniendo la relación personal?**

*La mayor parte de las personas sí, claro está que las relaciones personales dependen de dos y bueno, en mi caso salvo que sea una persona que esté fuera de mi ámbito pero si son frontales míos generalmente suele haber relación pero bueno como todo es libre, es bidireccional.*

## **Anexo VI**

### **Entrevista a Diamante Presidencial de 21 años que vive en Ciudad de México**

Entrevista realizada a través de Skype el 19-04-17

#### **- ¿Cómo y cuándo conociste la oportunidad?**

*Yo tenía 13 años, realmente fue como hace nueve años, fue básicamente porque mis padres casi casi me obligaban a ir a las reuniones centrales de ese entonces, que eran muy pequeñas. Entonces se puede decir que yo la conocí gracias a que mis padres la estaban desarrollando de forma profesional en ese entonces, y pues me llevaban con ellos, no sé si me explico.*

#### **- Entonces eras prácticamente un niño cuando la conociste**

*Sí*

#### **- ¿Qué recuerdas? ¿Qué pensabas cuando ibas a las reuniones?**

*Pues como estaba muy joven, pues literalmente 13 años, no pensaba mucho en cuestiones del trabajo, del dinero y esas cosas, pero conforme fui viendo que las reuniones iban creciendo y que mis padres y mis tíos iban alcanzando buenos resultados y así, pues yo me pude dar cuenta que realmente era algo no solo distinto a lo que ya conocemos tradicionalmente ¿no?, como el empleo y esas cosas, sino que además era una oportunidad que literalmente cualquier persona. Sin importar su edad, sus estudios, sin importar su condición, cualquier persona podía hacer eso de forma profesional y le iba a poder dar los resultados que esperaba en un corto o en un largo plazo.*

#### **- ¿Me podrías decir qué es lo que te llevó a formar parte del equipo?**

*Como te digo, yo conocí eso a los trece años pero a los 16 años, o sea después de tres años, yo ya pude ver que prácticamente mis padres alcanzaron la libertad financiera, y así yo pude capturar la visión. A los 16 años fue ya cuando decido prestar atención, ahora ya al 100% a una de las pláticas, y entonces me doy cuenta de todo lo que te acabo de mencionar, porque no importaba si yo fuera un joven de 16 años que a lo mejor ni siquiera trabajaba aún en ese instante sino que aún*

*seguía en la preparatoria. Entonces yo capté que realmente podías desarrollar un potencial mucho más grande a lo que haces tradicionalmente en un empleo.*

**- ¿Qué piensas de la situación de los jóvenes en el mercado laboral?**

*Bueno lo que decimos siempre en las conferencias y lo que nos damos cuenta día a día, que no solo en México sino en todo el mundo, hoy en día las oportunidades de empleo para un joven además de ser muy limitadas, son de pagos y sueldos absurdos. Sinceramente no tienen el mismo valor o misma medida que tú le dedicaste a una carrera, a una escuela, para que al final cuando tú te empleas te paguen sueldos muy bajos. Entonces siento que hoy en día las oportunidades, dentro de este ámbito, para un joven están muy escasas y las pocas que hay están muy limitadas en todos los aspectos, tanto en el aspecto del tiempo como en el aspecto del dinero.*

**- ¿Cuáles son las oportunidades que este modelo de producción puede ofrecer a los jóvenes?**

*Literalmente puede ofrecer oportunidades en cualquier área de su vida, a cualquier joven o a cualquier persona que haga esto porque nos da la oportunidad de tener una libertad integral, en todos los ámbitos de tu vida, no solo en el dinero sino en el tiempo, en la salud, para que tú puedas estar con tu familia, viajar, comprar el coche que tú quieras, la casa que tú quieras, porque te da la capacidad de tener una libertad absoluta.*

**- ¿Cómo definirías tu relación con el resto de líderes?**

*¿En una sola palabra?*

**- O en varias, como quieras**

*Pues bien, justo también gracias a la oportunidad de la INT es que puedo expandir mis relaciones no solo en México sino con personas de otras partes del mundo y lo más cool es que las relaciones que se hacen son lazos fuertes entre personas que compartimos el mismo objetivo, que es la libertad.*

**- ¿Qué piensan tus amigos o conocidos de que seas un joven empresario de redes?**

*Pues bueno mira, mis familiares, mis conocidos pues bueno, la mayoría de ellos están dentro del negocio, entonces obviamente piensan que está bien. Los amigos que yo tengo que no están todavía dentro del negocio pero que ven mis publicaciones en Facebook, mis actividades, todo eso, pues realmente se sienten como muy impresionados, como que no se lo creen. Aunque todavía no llego al platino, que es el objetivo final, pero no importa que seas tú un líder, un diamante o un presidencial, desde el simple hecho que tú puedas tener el tiempo suficiente para hacer lo que tú quieras con tu vida, eso es lo que marca dentro de las vidas de cualquier persona que sea tu conocido, pariente o familiar. Entonces muchas personas me han dicho "oye, pues me asombra mucho tu estilo de vida porque veo que viajas, que vas, vienes, das conferencias y eso", pues yo me he dado cuenta que realmente ellos se impresionan al ver que estamos haciendo algo distinto a cualquier otra profesión.*

**- Y ¿te ha tocado alguna vez estar con alguna persona que te haya dicho "yo no creo en esto", "esto es un fraude"? ¿Te has visto en esa situación?**

*Sí, muchas veces, de hecho hasta la fecha no solo a mí, también a mis padres, a mis tíos, a mucha gente, pero bueno a mí en lo particular todavía me sigo encontrando con personas que piensan que este esquema es un fraude, como esas cosas como las pirámides, la flor de la abundancia, Herbalife, y esas cosas que son ventas, es decir, que no son una genuina red de mercadeo. Una genuina red de mercadeo no se basa en la venta de un producto sino que se basa en la creación de una red de distribución basada en personas, entonces sí, me he encontrado con muchas personas y hasta la fecha me sigo encontrando con gente que no cree, que critica y piensa mal, y pues bueno es parte de esto.*

**- ¿Y tu reacción con ellas?**

*Pues como si nada, yo respeto la forma de pensar de cualquier persona, digo obviamente yo me doy cuenta cuando no saben al respecto, entonces yo trato de ser amable, de no pelear ni nada, entonces simplemente lo respeto.*

**- En cuanto a empresas multinivel se sabe que han existido otras como Herbalife, Anway... ¿Qué es lo que diferencia a 4Life de ellas?**

*Bueno mira, en realidad hay muchas cosas que diferencian a 4Life de todas las empresas que existen dentro de la industria, pero las tres cosas principales que son como lo que más hacen un cambio de 4Life a todas las otras son:*

*1) El producto, tenemos el tercer descubrimiento científico más impactante del siglo XXI, cosa que ninguna otra empresa, sea de redes o no, tiene en sus manos. Además es único y patentado.*

*2) El Plan de Compensación, somos la única empresa dentro de la industria que paga hasta un 64% en regalías a sus distribuidores, o sea ninguna otra empresa paga tanto a sus distribuidores por el simple hecho de pertenecer a ella.*

*3) El sistema, somos la única empresa que cuenta con un equipo y un sistema que nos va enseñando, paso por paso, cómo tú puedes crear y desarrollar una genuina red de mercadeo, sin la necesidad de vender absolutamente nada. Y lo mejor es que nunca vas a estar solo, no importa que tú tengas gente, o familia, en cualquier parte del mundo, en México, en España, en Brasil, en Canadá, en dónde sea nosotros ya contamos con un equipo y un sistema internacional que nos da el apoyo para que nos apalanquemos y podamos hacer negocios a nivel mundial.*

*Entonces es el producto, el Plan de Compensación, el sistema y el equipo, somos la única empresa, en la industria y en todo el mundo, que cuenta con estas tres cosas que son básicas, fundamentales y las mejores dentro de la industria.*

**- Y hablando de la situación actual, ¿diríamos que es la ocasión perfecta para hacer este tipo de negocio?**

*Exacto*

**- Entonces ¿me podrías decir cómo es tu día a día?**

*Pues mi día a día es muy variable pero muy padre, porque ahora yo no estoy estudiando una carrera porque simplemente quiero hacerlo cuando yo quiera y no por una necesidad de tener una carrera para trabajar, sino que mi día a día es tan tranquilo que me levanto comúnmente como a las diez de la mañana, voy al gym tranquilo, como con mis padres, con mis hermanos y si tengo citas con gente, planes o algo así, pues ya son por la tarde, hasta las cuatro, cinco o seis a más tardar, regreso, ceno, veo una película o me capacito con un audio, luego me*

*duermo y al día siguiente lo mismo. Es un estilo de vida tan relajado en el que no tengo ninguna presión, donde no me preocupo por la escuela, donde me doy cuenta como mis ingresos van creciendo cada vez más sin la necesidad de estar con un jefe o un horario, tras un escritorio, sino que estoy tranquilo, tengo mis horarios a mi manera.*

**- ¿Cuál es tu definición de emprender?**

*Yo siempre he dicho que un emprendedor es aquel que sale de su zona de confort, aquel que no tiene miedo a comenzar cosas nuevas, es aquel que tiene una visión clara y sobre todo un sueño que lo permeé por completo, que lo apropie dentro de su alma, dentro de su mente, dentro de su cuerpo entero, y que eso mismo haga que ese emprendedor sea quien sea, sea joven, grande, con dinero o sin dinero, no importa, pero que el emprendedor que ya tiene un propósito dentro de sí, pueda marcar un cambio dentro de la vida de cada persona que se le ponga enfrente. También para mí un emprendedor, un empresario, es aquel que crea riqueza dentro de su país, que crea oportunidades, cambios dentro de su círculo o de su país o de su ciudad o de su escuela, de su familia. Para mí eso es un emprendedor, alguien que sabe marcar una diferencia, pero sobre todo que modela con el ejemplo cómo puede hacerse un cambio dentro de su sociedad.*

**- ¿Cuál es el objetivo que quieres cumplir con esta oportunidad?**

*Eso es algo muy curioso porque conforme va pasando el tiempo, conforme vas alcanzando los resultados, los propósitos, los objetivos van cambiando. Por ejemplo cuando yo empecé mi objetivo era el dinero, ser rico, tener coches y viajar, pero ahora mi objetivo es poder transferirle a todos los jóvenes y a todas las personas que se me pongan enfrente, sin importar su condición, que realmente se puede hacer un cambio dentro de su vida, dentro de su mentalidad, dentro de sus condiciones, no solo con el dinero sino con todo lo que conlleva ser exitoso. Entonces mi objetivo como persona para mí, mi sueño, mi propósito más grande es poder transformar la mentalidad de cualquier persona que se me ponga enfrente.*

**- En cuanto a los valores, ¿me podrías decir cuáles definen al equipo?**

*Los valores que nos definen como equipo, Internacional Networkers Team, pues son muy sencillos, y son los que tienen que ser base para toda sociedad, para tu equipo o empresa. Son la integridad, el valor del ser humano y sobre todo el valor del apoyo o del trabajo en equipo. Pero para mí el más importante es el valor de la integridad porque cuando tú puedes ser una persona o un empresario, o cuando tú tienes un equipo íntegro entonces estás cubriendo todas las áreas. Integridad es que tú eres congruente dentro de todas tus áreas como persona o como equipo.*

**- Y ¿cuál ha sido tu experiencia en el proceso?**

*La verdad ha sido muy padre, muy hermosa, si ahora me dijeran que tengo que volver a vivir lo que ya viví, lo viviría sin problema alguno. Claro que no todo fue de color de rosa y que fue muy fácil, que de un mes para otro nos hicimos ricos y ya estamos como Juan Rosado, no, pero lo que sí te puedo decir es que todas las vivencias, todo el proceso, todas las experiencias que yo pasé junto con mis padres, junto con mi familia, fue algo que nos hizo o nos ha hecho valorar cada día y cada vez más todo, absolutamente todo, tanto que si nos vamos de viaje, que si ya nos compramos unos zapatos nuevos, que si estamos transformando la vida de muchas familias. ¿Por qué? porque tuvimos la experiencia o la dicha de pasar por un proceso en el que podemos entender realmente a las personas que vienen desde abajo, en la que nuestro proceso en su tiempo no fue fácil pero sabíamos que no era dónde estábamos sino en dónde podíamos estar si decidíamos continuar con la visión de forma comprometida y sobre todo sabiendo que esto iba a ser algo que iba a marcar un legado dentro de la humanidad. Entonces el proceso ha sido muy grato, difícil a veces, otras veces increíble, de formas que no te puedo explicar porque solamente tú tienes que vivir pero pues yo no me arrepiento de absolutamente nada, yo lo volvería a vivir si me lo pidieran, pero pues sí, ha sido algo distinto a cualquier otra cosa.*

**- Y ¿cuántos años has tardado en conseguir tu rango?**

*Ahora tengo el rango de diamante presidencial y llevo tres años haciéndolo profesionalmente, entonces se podría decir que tardé aproximadamente tres años en alcanzar el rango de diamante presidencial, que en realidad del diamante para*

*el diamante presidencial tardé solamente seis meses, entonces puede ser muy relativo para cada persona.*

**- ¿Tienes alguna anécdota? ¿Alguna que has tenido durante este proceso? ¿o que haya cambiado tu vida?**

*Sí, hay muchas, pero una anécdota en cuanto a que haya cambiado mi vida, pues una vez fui a dar una plática a un pueblito que se llama Chimalhuacan, que no es dentro de la Ciudad de México sino que está en las afueras, pues era un lugar de muy bajos recursos, literalmente no encontrabas un centro comercial ni un banco ni nada porque era un pueblo de escasos recursos. Entonces fui porque uno de mis socios me pidió que fuera para dar una plática pero del producto, entonces ya yo fui y se me presentó dentro del público una niña que sufría de una enfermedad del cerebro, no hablaba muy bien, caminaba raro, cosas así... resulta que cuando terminé de dar la plática, yo les expliqué todo, los factores de transferencia, qué son, qué hacen, todo, y resulta que su mamá se pone en pie muy emocionada diciendo "gracias porque en serio yo sé que esto puede ser lo que le salve la vida a mi hija y no hombre, eres un ángel" y lo más impresionante fue que la chica de 26 años sin poder hablar, sin poder caminar, sin poder hacer prácticamente nada, entendió la plática, bueno, dentro de lo poco o dentro de lo mucho que ella captó, se levantó de su silla, me abrazó y se puso a llorar dándome las gracias porque sabía que el factor de transferencia era lo que estaba buscando durante toda su vida. Ella había estado en muchos tratamientos con muchos doctores en muchas instituciones de rehabilitación pero que jamás había encontrado algo tan poderoso como el factor de transferencia. Fue un momento que jamás voy a olvidar porque a pesar de que no estaba sana y que apenas iba a empezar a consumir los factores, esta chica creyó, pudo darse cuenta de que lo que yo realmente le estaba compartiendo era algo real, porque yo lo había vivido antes. Entonces bueno, eso fue como hace un año, hoy pues la chica no está sana al 100% porque es una enfermedad muy complicada pero hoy en día puede hacer su vida normal como cualquier persona, va al cine o a la escuela, puede hacer su vida normal dentro de sus complicaciones ¿no? pero eso a mí me hace sentir tan satisfecho, tan feliz, tan completo, porque me doy cuenta que esto no solo es por el dinero sino por la*



*satisfacción de poder darle a una persona la herramienta para poder cambiar su vida en cualquier área. En este caso, con esta chica fue en el área de salud, ella es una persona a la que no le interesa el dinero sino que lo único que le interesa es estar bien. Cada vez que me acuerdo se me pone el corazón de pollo y soy feliz al ver a esta chica pues totalmente transformada. Son cosas que aunque yo te cuente, aunque yo te explique pues si no las vives o cuando las vives es cuando te das cuenta que es por eso que esto va muchísimo más allá de la fama, del dinero, de la riqueza, de las casas, los coches sino que esto tiene un propósito todavía más grande.*

**- Y dentro de tu negocio que ya has construido ¿trabajas también con personas mayores, no?**

*Sí, es correcto.*

**- ¿Cómo llevas eso de trabajar con personas mayores? que te vean a ti como un líder, o sea que la edad ya no cuente**

*Mira yo antes tenía mucho miedo justamente a eso, a que las personas adultas no me pudieran tomar como un líder pero me fui dando cuenta que no es la edad que tú tengas o cómo seas, si eres hombre, mujer, alto, delgado, sino que lo importante es lo que hay en tu mente, la madurez y sobre todo la experiencia que tú puedas transmitir como persona, a tu manera, no importa que la transmitas con chistes o serio, pero el objetivo es que transmitas. Entonces lo que yo he hecho o lo que yo he podido lograr con los adultos, yo como joven, es que trato o les transfiero todo mi ser, mi conocimiento, porque me encanta leer, me encanta capacitarme cada vez más, escuchar a Juan Rosado, Herminio, todos los grandes, me gusta estar capacitando constantemente cada vez más. ¿Para qué? para que yo pueda impactar o empatizar con un adulto y ellos no me vean como joven, porque la mentalidad es otra, porque aunque me gusta la fiesta, aunque me gustan los amigos, el relajo, todo eso... pero cuando se trata de negocios yo pongo un punto y aparte para hablar de negocios.*

*Entonces la mentalidad que tú tengas, no importa tú edad ni tu género ni tu condición, pero la mentalidad que tú tengas va a ser la imagen que tú proyectes.*

*Dicen que lo que sale de tu boca es aquello que hay en tu corazón o en tu mente, entonces si en tu corazón o en tu mente no hay cosas productivas, no hay estrategias de crecimiento, no hay madurez, no hay crecimiento, no hay capacitación, experiencias, conocimiento, si en tu cabeza o en tu mente no existe todo eso entonces ni siquiera vas a ser capaz de poder transmitir una visión o explicarle o enseñarle ni siquiera a un joven, o a cualquier persona. Entonces en el momento en que te das cuenta de que todo depende de lo que hay en tu mente, de la mentalidad que tú tengas como emprendedor o como empresario, a partir de ese momento va a ser cuando tú vas a poder conectar con cualquier persona sin importar su edad, ya puede ser un adulto con un empleo o con una empresa, el dueño de coca cola, el creador de Facebook. No tiene que ver con el dinero ni con la cantidad de cosas que tengas, tiene que ver con la mentalidad y sobre todo la imagen que tú proyectes, por eso es que la imagen pública dentro del Network marketing es básica, porque prospecta más tu imagen que tus palabras.*

**- ¿Por qué hay personas que no consiguen resultados?**

*Bueno, eso es algo muy variable, no hay una respuesta contundente para esto porque puede ser por muchas cosas, tanto por su situación en su país, como a lo mejor su situación mental, o porque le falta profesionalismo, pueden ser muchas cosas. Pero lo que yo siempre digo, si tú no estás teniendo los resultados es por dos cosas, primero porque no estás haciendo el sistema correctamente, si sabemos y tenemos un sistema que está comprobado por más de 18 años en más de 135 países y más de 321 mil personas están teniendo resultados ¿por qué tú no?, o ¿por qué hay gente que no tiene los resultados si se supone está siguiendo el mismo sistema que todos hacemos? entonces una de dos, o no estás siguiendo el sistema correctamente y lo hace a su manera, o no se está comprometiendo realmente con su negocio, y no hablo de ir a las pláticas sino de estar llenándose de conocimiento nuevo, de información nueva, lo que yo siempre digo, su mentalidad. Pueden ser muchos factores que no tienen que ver ni con la persona sino puede ser que haya escasez en su país, puede ser que tal vez estuvo antes en una red fraudulenta y ahora ya nadie cree, pueden ser una y mil cosas pero para mí lo principal o una de las causas de los factores principales por las cuales una*

*persona no tenga éxito es o porque no se está comprometiendo o porque no está siguiendo el sistema correctamente.*

**- ¿Conoces a personas que han dejado de formar parte del equipo?**

Sí, muchas, dentro de mi organización hay muchísimas

**- ¿Y sigues teniendo relación con ellos?**

*Sí sí, o sea yo siempre les digo, los negocios y la relación son dos cosas que son independientes, entonces si tú no quieres hacer el consumo de 4Life, si no quieres hacer pláticas en tu casa, si no quieres ir a las actividades no te preocupes yo no tengo problema, tan amigos como siempre pero luego no me reclames "es que no tengo los resultados", "es que ya llevo un año y no pasó ni siquiera de diamante". Entonces yo hago como muy aparte la relación del negocio, pero sí, han habido muchas personas tanto de mi organización como incluso de las de mi papá, de mi mamá o de mis tíos, gente que se ha salido o que regresa pero es igual como parte de.*

**- En cuanto al producto ¿tú como lo socializas? dando a conocer el producto**

*Sinceramente yo me he enfocado más en el área empresarial, de crecimiento, todo eso, pero cuando me toca hablar o exponer acerca del producto o prospectar a una persona para que conozca el factor de transferencia, lo que yo hago para promoverlo o para que la gente lo conozca es dar mi testimonio, yo nunca les llevo como "mira, ¿has escuchado hablar del factor de transferencia?, es uno de los descubrimientos científicos más impactantes y le ayuda a tu sistema inmunológico", no eso no. Lo que hago es que a lo mejor, vamos a suponer que yo conozco a una persona que tiene una enfermedad x, gripa, artritis, la que sea, yo llevo con él o con ella y le hablo de lo que yo pasé con el producto, de lo que yo viví. Yo antes sufría de asma y tenía astigmatismo, miopía, cuando era pequeño, y gracias al factor de transferencia estoy ahora bien, entonces sin yo explicarles que el factor de transferencia es una molécula que le da un 437%, simplemente compartiendo mi testimonio es de las mejores publicidades que puedes hacer para cualquier producto o para cualquier servicio, la experiencia vivida que tú tengas de dicho producto. Entonces yo siempre hablo de mi testimonio, de mi caso o del caso*

*de mi mamá o de las personas que yo conozco pues les cuento de ellas, pero yo trato de ser más explícito en los testimonios que en la explicación del producto.*

**- En cuanto a tu propia experiencia, ¿qué más cambios has experimentado? y también el hecho de consumir el producto ¿hace que cambies de alimentación? ¿A una más sana? ¿Hay que llevar un estilo de vida sano?**

*Sí sí, claro, yo siempre he dicho que como te sientas por dentro, o sea mientras más disfrutas tu cuerpo, tu vida, tu salud, de la misma manera y proporcionalmente vas a ir teniendo resultados en tu negocio. Yo por ejemplo antes cuando tenía trece años e iba a las pláticas, mis padres me daban factor de transferencia y ahí fue cuando pude revertir el asma, pero hoy en día que ya me encanta tomarme todos los productos, la proteína, el renuvo, BCB, el factor, el champú, el riovida, todo, absolutamente todo, yo tengo ahí mi stock de todos los productos pero para mí, no para venderlos ni nada sino para mí, entonces me doy cuenta como con la proteína, el renuvo y el BCB, yo estoy enamorado, me encanta, me fascina, porque no solo me da la vitalidad, la fuerza, la energía para el gimnasio, sino que me siento bien todo el día. Con el Bioefa y con el PBGS, el acné que yo sufría, antes yo tenía un acné impresionante, horrible, me daba pena que me tomaran una foto o ir a una fiesta, me daba vergüenza en serio, pero con estos dos productos, sin necesidad de las cremas, que las cremas también te ayudan bastante, pero yo sin las cremas, con esos dos me depuré del acné totalmente. Hoy en día hasta me gusta tocarme la cara porque está muy suave, antes hasta cosa me daba que alguien me agarrara la cara por los granitos pero ahora ya no me importa. Pues sí, he obtenido muchas cosas buenas por parte del producto y pues sí, si tienen mucho que ver para el estilo de vida que tengas.*

**- Ahora eres el producto del producto ¿no?**

*Soy producto del producto, exacto.*

## Anexo VII

Catálogo de productos de 4Life España

### CATÁLOGO DE PRODUCTOS Y SUS COMPONENTES

#### TRANSFER FACTOR PLUS

- CARACTERÍSTICAS

Complemento Alimenticio con esteroides vegetales añadidos. 90 cápsulas. Peso Neto: 42,29 g. Incluye yema de huevo y calostro bovino reforzados con mezcla patentada de Cordyvant™ (una mezcla patentada de ingredientes como hongos maitake, shiitake, cordyceps y beta-glucano). Cada cápsula contiene 3,3 mg de Zinc, nutriente que contribuye al funcionamiento normal del sistema inmunitario

- INGREDIENTES

4Life Tri-Factor Formula (obtenido de calostro bovino (leche) y yema de huevo), hexafosfato de inositol, extracto de grano de soja (Glycine max L. Merr.) (95% esteroides de plantas (16% del producto)), estabilizador (hidroxipropilmetilcelulosa), extracto de Cordyceps mycelium (Cordyceps sinensis (B.) Saccardo), levadura de cerveza, mono-L-metionina-sulfato de Zinc, extracto del fruto de agaricus (Agaricus blazei), polvo de aloe vera (Aloe barbadensis), extracto de avena (Avena sativa L.), extracto de hoja de olivo (Olea europaea L.), sabor cáscara de limón, extracto de hongo shiitake (Lentinula edodes (Berk) Pegler), extracto de hongo maitake (Grifola frondosa S.F. Gray) y agua.

- MODO DE EMPLEO

Tomar tres (3) cápsulas al día con 240 ml de agua. Los complementos alimenticios no deben utilizarse como sustituto de una dieta variada y equilibrada y un estilo de vida saludable. No exceder la dosis diaria recomendada. MANTENER FUERA DEL ALCANCE DE LOS NIÑOS.

#### RIOVIDA

- CARACTERÍSTICAS

Complemento Alimenticio. Mezcla de concentrados de zumos de frutas antioxidantes: uva, manzana, arándano, granada, saúco y açaí. Zumo de frutas pasteurizado a partir de concentrado con calostro bovino y yema de huevo. Una botella de 500 ml. Cada porción (30ml) contiene 60 mg de vitamina C, nutriente contribuye al funcionamiento al funcionamiento normal del sistema inmunitario y a la protección de las células frente al daño oxidativo.

- **INGREDIENTES**

Agua, zumo de uva (*Vitis vinifera* L.), zumo de manzana (*Malus domestica* (Borkh.) Borkh.), emulgente (glicerina), zumo de mirtilo (*Vaccinium myrtillus* L.), 4Life Tri-Factor™Formula (calostro bovino (leche) y yema de huevo), zumo de granada (*Punica granatum* L.), ácido L-ascórbico, zumo de bayas de saúco (*Sambucus nigra* L.), aroma de crema de baya, açaí (*Euterpe oleracea* C. Martius), antiespumante (dióxido de silicio) y emulgente (monoglicéridos de ácidos grasos).

- **MODO DE EMPLEO**

Beber 30 ml al día. Conservar en lugar fresco y seco. Agitar bien antes de servir. Conservar en el frigorífico y consumir dentro de los 30 días después de abrir. No exceder la dosis diaria recomendada. Los complementos alimenticios no deben utilizarse como sustituto de una dieta variada y equilibrada ni un estilo de vida sano. Mantener fuera del alcance de los niños.

## **TRANSFER FACTOR TRI-FACTOR**

- **CARACTERÍSTICAS**

Complemento alimenticio. 60 cápsulas. Peso Neto: 25,92 g. El producto con mayor concentración de Factores de Transferencia por cápsula (300 miligramos)

- **INGREDIENTES**

4Life Tri-Factor Formula (calostro (leche) y yema de huevo), agente de recubrimiento (hidroxipropilmetilcelulosa – recubrimiento de la cápsula) y maltodextrina. CANTIDAD APORTADA POR DOSIS DIARIA: calostro (420 mg), yema de huevo (180 mg).

- **MODO DE EMPLEO**

REDES DE MERCADEO Y RITUALES DE INTERACCIÓN. La empresa 4Life Research

Tomar dos (2) cápsulas por día con 240 ml de líquido.

CONDICIONES DE USO: Se aconseja no superar la dosis diaria recomendada. No sustituye una dieta variada y equilibrada ni un estilo de vida saludable. MANTENER FUERA DEL ALCANCE DE LOS NIÑOS.

## **RECALL**

- **CARACTERÍSTICAS**

Complemento alimenticio. 90 cápsulas. Peso Neto: 56,25 g. Combina la Fórmula Tri-Factor con antioxidantes y una mezcla de nutrientes. Cada porción contiene:

- 109 mg de magnesio, nutriente que contribuye al funcionamiento normal del sistema nervioso.

- 66,6 mg de 4Life Transfer Factor E-XF.

- **INGREDIENTES**

Antiaglomerante (celulosa microcristalina), óxido de magnesio, estabilizador (gelatina), colina (soja), brahmi (*Bacopa monnieri* (L.) Pennell), ginkgo (*Ginkgo biloba* L.), 4Life Tri-Factor™ Formula (obtenido de calostro bovino (leche) y yema de huevo), gluconato de magnesio, L-cisteína, L-tirosina, L-glutamina, antiaglomerante (ácido esteárico), estabilizador (agua), antiaglomerante (dióxido de silicio), y colorante (beta-caroteno).

## **TRANSFER FACTOR CLASSIC**

- **CARACTERÍSTICAS**

Complemento alimenticio. 90 cápsulas. Peso Neto: 25,2 g.

- **INGREDIENTES**

4Life Transfer Factor (obtenido de calostro bovino (leche)), agente de carga (maltodextrina), gelatina y agua.

- **MODO DE EMPLEO**

Tomar tres (3) cápsulas al día con 240 ml de líquido.

**BCV**

- **CARACTERÍSTICAS**

Complemento alimenticio. 120 cápsulas. Peso Neto: 91 g. Factores de transferencia obtenidos de la yema de huevo de gallina combinados con vitaminas, minerales y antioxidantes. Cada porción contiene:

- 185 µg de vitamina A, nutriente que contribuye al metabolismo normal del; 50,5 mg de vitamina C, nutriente que contribuye a la formación normal de colágeno para el funcionamiento normal de los vasos; 10 mg de vitamina E y 12,5 µg de selenio, nutrientes que contribuyen a la protección de las células del estrés oxidativo; 0,5 mg de vitamina B6 y 1 µg de vitamina B12, nutrientes que contribuyen la formación normal de glóbulos; 2,5 mg de zinc, nutriente que contribuye al metabolismo normal de los ácidos grasos; 0,5 µg de cobre, nutriente que contribuye al transporte normal de hierro en el organismo. Una mezcla patentada que incluye coenzima Q-10, ginkgo biloba, ajo y aceite de jengibre.

- **INGREDIENTES**

L-lisinato de magnesio, gelatina, ácido ascórbico, ajo (*Allium sativum*), 4Life Transfer Factor™ (yema de huevo), espino blanco (*Crataegus laevigata* (Poir.) DC.), citrato de potasio, succinato ácido de D-alfa tocoferilo, rusco (*Ruscus aculeatus*), gluconato de zinc, L-ascorbato de magnesio, agua, ginkgo biloba (*Ginkgo biloba* L.), beta caroteno, jengibre (*Zingiber officinale* Roscoe), nicotinamida, glicinato de cobre, coenzima Q10, L-seleniometionina, polygonum (*Polygonum cuspidatum*), 6-palmitato de L-ascorbilo, ácido fólico, cloridrato de piridoxina, y cianocobalamina.

- **MODO DE EMPLEO**

Tomar una (1) cápsula al día con 240 ml de líquido.

Consulte a su médico en caso de toma simultánea de anticoagulantes. No exceder la dosis diaria recomendada. Los complementos alimenticios no deben utilizarse como sustituto de una dieta variada y equilibrada ni un estilo de vida sano. **MANTENER FUERA DEL ALCANCE DE LOS NIÑOS.**



## **PRO-TF Proteína**

- **CARACTERÍSTICAS**

Complemento alimenticio con edulcorantes. Peso Neto: 782 g.

- **INGREDIENTES**

Suero de leche, maltodextrina, proteína de clara de huevo, sabor natural de vainilla-nata, espesante (goma guar), triglicéridos de cadena media, calostro (leche), cloruro de sodio, polvo de yema de huevo, edulcorantes (sucralose, acesulfamo K)

- **MODO DE EMPLEO**

MANTENER FUERA DEL ALCANCE DE LOS NIÑOS. No exceder la dosis diaria recomendada. Los complementos alimenticios no deben utilizarse como sustituto de una dieta variada y equilibrada ni un estilo de vida sano. Mezclar una cucharada (17 g) de polvo con 240 ml de agua fría. Agitar o revolver hasta que se disuelva. Tomar dos veces al día,

## **Energy Go Stix Berry**

- **CARACTERÍSTICAS**

Complemento alimenticio con edulcorantes. Peso Neto: (30 X 5 g) 150 g. Contiene cafeína. No recomendado para niños o embarazadas (52,5 mg/serving)

- **INGREDIENTES**

Isomaltulose† (una combinación de glucosa y fructosa), acidity regulator (citric acid), L-glutamine, taurine, raspberry flavour, vanilla flavour, green tea (Camellia sinensis L. Kuntze) leaf, L-arginine, strawberry flavour, yerba mate (Ilex paraguariensis A. St.-Hil) leaf extract, cranberry flavour, anti-caking agent (silicon dioxide), colorant (red beet), sweetener (sucralose), guarana (Paullinia cupana Kunth., Bonpl. et Kunth) seed extract, colorant (beta carotene), colostrum, flavour enhancer (sodium acetate), and egg yolk.

- **MODO DE EMPLEO**

Mix ½ of the packet (2,5 g) in 240 ml of water.

**BELLE VIE**

- **CARACTERÍSTICAS**

Complemento alimenticio. 60 cápsulas. Peso Neto: 34,56 g.

Contiene: calostro bovino y yema de huevo; una mezcla de antioxidantes, fitoestrógenos e indoles.

- **INGREDIENTES**

Mezcla de verduras crucíferas (brócoli, repollo, col verde) (*Brassica oleracea* L.), extracto de té verde (*Camellia sinensis* L. Kuntze), estabilizador (gelatina), extracto de semilla de lino (*Linum usitatissimum* L.), extracto de kudzu (*Pueraria lobata* [Willd.] Ohwi), 4Life Transfer Factor™ (obtenido de calostro bovino (leche) y yema de huevo), extracto de semilla de uva (*Vitis vinífera* L.), trébol rojo (*Trifolium pretense* L.), estabilizador (agua), aceite de clavo de olor (*Syzygium aromaticum* L. Merr.).

- **MODO DE EMPLEO**

Tomar dos (2) cápsulas al día con 240 ml de líquido. Para las personas con hipotiroidismo a bajo tratamiento de la tiroides, consulte a su médico. No exceder la dosis diaria recomendada. Los complementos alimenticios no deben utilizarse como sustituto de una dieta variada y equilibrada ni un estilo de vida sano. MANTENER FUERA DEL ALCANCE DE LOS NIÑOS.

**RENUVO**

- **CARACTERÍSTICAS**

Complemento alimenticio. 120 cápsulas. Peso Neto: 83 g.

Cada cápsula contiene: 115 mg de *Rhaponticum* y 110 mg de *Schisandra*. La *Schisandra* contribuye a la protección de las células frente al daño oxidativo. Refuerza la recuperación del bienestar general. Contiene Transfer Factor.

- **INGREDIENTES**

Extracto de raíz de *rhaponticum* (*Rhaponticum carthamoides* (Willd.) Iljin), extracto de fruto de *schisandra* (*Schisandra chinensis* (Kurcz.) Baill.), gelatina, L-Carnitina, extracto

REDES DE MERCADEO Y RITUALES DE INTERACCIÓN. La empresa 4Life Research

de hoja de árbol de té (*Camellia sinensis* L. Kuntze), extracto de raíz de bufera (*Withania somnifera* L. Dunal), extracto de rizoma de cúrcuma (*Curcuma longa* L), extracto de raíz de fallopia japónica (*Polygonum cuspidatum* Siebold et Zucc.), calostro (leche), extracto de fruto de pimienta negra (*Piper nigrum* L.), yema de huevo, antiaglomerante (dióxido de silicio).

(Plantas adaptógenas: extracto de raíz de fallopia japónica)

- MODO DE EMPLEO

Tome dos (2) cápsulas, dos veces al día, con el estómago vacío, con 240 ml de agua.

## **GLUCOACH**

- CARACTERÍSTICAS

Complemento alimenticio. 120 cápsulas. Peso Neto: 71, 88 g.

Factores de Transferencia provenientes del calostro bovino y yema de huevo de gallina combinados con minerales y otros ingredientes.

Cada cápsula contiene: 150 µg de cromo, nutriente que contribuye a mantener niveles normales de glucosa en sangre; 65 µg de vitamina C, nutriente que contribuye al funcionamiento normal del sistema inmunitario durante y después del ejercicio físico intenso.

- INGREDIENTES

Canela de ceilán (*Cinnamomum zeylanicum*), nopal (*Opuntia ficus-indica*), banaba (*Lagerstroemia speciosa*), gelatina, ácido L-ascórbico, ginseng (*Panax ginseng*), 4Life Transfer Factor™ (obtenido de calostro bovino (leche) y yema de huevo), agua, y cloruro de cromo (III).

- MODO DE EMPLEO

Tomar una (1) cápsula al día con 240 ml de líquido. No exceder la dosis diaria recomendada. Los complementos alimenticios no deben utilizarse como sustituto de una dieta variada y equilibrada ni un estilo de vida sano. MANTENER FUERA DEL ALCANCE DE LOS NIÑOS.

**NUTRASTART CHOCOLATE**

- **CARACTERÍSTICAS**

960 g (2 lb 1.86 oz).

Fuente de Fibra, Vitaminas y Minerales

Preparado para batido con 4Life Transfer Factor™

- **INGREDIENTES**

Edulcorante: fructosa, proteína de soja aislada, concentrado de suero de leche, aroma: crema de girasol (aceite de girasol, jarabe de maíz, caseinato de sodio), espesante: polidextrosa, aroma: cacao en polvo, agente de carga: maltodextrina, fibra de soja, aroma: aroma de chocolate, estabilizador: carboximetil celulosa sódico, fosfato tricálcico, óxido de magnesio, cloruro de sodio, 4Life Transfer Factor (obtenido de calostro bovino (leche) y yema de huevo), ácido L-ascórbico, acetato de retinilo, gluconato de zinc, citrato ferroso, biotina, nicotinamida, gluconato cúprico, d-pantotenato cálcico, dl-alfa-tocoferol, clorhidrato de piridoxina, mononitrato de tiamina, colecalciferol, riboflavina, ácido fólico y cianocobalamina.

- **MODO DE EMPLEO**

Añadir dos (2) cucharadas de NutraStart™ en 240ml de agua dos veces al día. Mezclar o remover bien hasta la obtención de una textura suave y homogénea. Beber inmediatamente.

No superar la dosis diaria expresamente recomendada. Los complementos alimenticios no deben utilizarse como sustituto de una dieta variada y equilibrada y un estilo de vida saludable. MANTENER FUERA DEL ALCANCE DE LOS NIÑOS.

**RIOVIDA BURST**

- **CARACTERÍSTICAS**

Complemento Alimenticio. Jalea de zumo de frutas. Contiene 15 paquetes de jalea comestible. Peso Neto: 450 ml.

Mezcla de antioxidantes açai, granada, arándano, baya de saúco y uva púrpura.

REDES DE MERCADEO Y RITUALES DE INTERACCIÓN. La empresa 4Life Research

Cada porción contiene 30 mg de Vitamina C, nutriente que contribuye al funcionamiento normal del sistema inmunitario y a la protección de las células frente al daño oxidativo.

- **INGREDIENTES**

Zumo de manzana (*Malus domestica* (Borkh.) Borkh.), zumo de uva (*Vitis vinifera* L.), zumo de arándano (*Vaccinium myrtillus* L.), açai (*Euterpe oleracea* C. Martius), zumo de granada (*Punica granatum* L.) emulgente (glicerina vegetal), zumo de bayas de saúco (*Sambucus nigra* L.), 4Life Tri-Factor™ Formula (obtenido de calostro bovino (leche) y yema de huevo), gelificantes (goma xantana, goma guar), aroma de crema de bayas, vitamina C y emulgente (monoglicéridos de ácidos grasos).

- **MODO DE EMPLEO**

Un paquete al día. No exceder la dosis diaria recomendada. Los complementos alimenticios no deben utilizarse como sustituto de una dieta variada y equilibrada ni un estilo de vida sano. MANTENER FUERA DEL ALCANCE DE LOS NIÑOS.

## **FIBRE SYSTEM PLUS**

- **CARACTERÍSTICAS**

Es un programa de limpieza de diez días que contribuye a una digestión sana y a mantener la regularidad debido a la presencia de: cáscara de psyllium, polvo de fruto de clavo de olor, polvo de corteza de cáscara sagrada, polvo de rizoma de jengibre, polvo de fruto de pimienta negra, polvo de raíz de genciana amarilla, polvo de corteza de olmo rojo, raíz de regaliz, hoja de salvia, corteza de arraqlán, lúpulo y flor de manzanilla de Castilla.

- **INGREDIENTES**

Salvado de arroz (*Oryza sativa*), estabilizante (hidroxipropilmetilcelulosa), polvo de cáscara de psyllium (*Plantago ovata*), polvo de fruto de arándano rojo (*Vaccinium macrocarpon*), polvo de semilla de calabaza (*Cucurbita pepo*), polvo de fruto de clavo de olor (*Syzygium aromaticum*), polvo de fruto de manzana (*Malus domestica*), polvo de corteza de cáscara sagrada (*Rhamnus purshiana*), polvo de rizoma de jengibre

(Zingiber officinale), polvo de fruto de pimienta negra (Piper nigrum), polvo de raíz de genciana amarilla (Gentiana lutea L.), polvo de corteza de olmo rojo (Ulmus rubra Muhl.), polvo de raíz de regaliz (Glycyrrhiza glabra L.), bromelaína, papaína, polvo de hoja de perejil cultivado (Petroselinum crispum Mill.), polvo de fruto de ciruelo europeo (Prunus domesticus), polvo de hoja de salvia (Salvia officinalis L.), extracto de corteza de arraclán (Rhamnus frangula), antiaglomerante (estearato de magnesio), polvo de raíz de malvavisco (Althaea officinalis L.), polvo de fruto de lúpulo (Humulus lupulus L.), polen de abeja, polvo de flor de manzanilla de Castilla (Matricaria recutita L.), polvo de musgo de Irlanda (Chondrus crispus), polvo de semilla de algarrobo (Ceratonia siliqua), estabilizante (goma xantana), polvo de fruto de papaya (Carica papaya L.), extracto de fruto de piña (Ananas comosus) y spirulina (Arthrospira platensis).

- MODO DE EMPLEO

Tome el contenido de un paquete media hora antes de comer, tres veces al día, durante diez días. Utilice Fibre System Plus™ dos veces al año para los mejores resultados.

MANTENER FUERA DEL ALCANCE DE LOS NIÑOS. Lea y siga las instrucciones cuidadosamente. No utilizar si tiene o está desarrollando diarrea, heces sueltas, dolor de estómago o una inflamación intestinal. Consulte a su médico si tiene diarrea frecuente. Consulte a su médico antes de tomar este producto si está embarazada o en periodo de lactancia, si toma medicamentos o si padece alguna enfermedad. No exceder la dosis diaria recomendada. Los complementos alimenticios no deben utilizarse como sustituto de una dieta variada y equilibrada ni un estilo de vida sano. No utilizar más que 6 semanas sin consejo médico.

## VISTA

- CARACTERÍSTICAS

Complemento alimenticio. 60 cápsulas. Peso Neto: 41,52 g

Además de vitaminas A, E y C, zinc, extracto de baya de arándano, extracto de baya de grosella negra y otros ingredientes. Contiene luteína y zeaxantina, que son pigmentos liposolubles de color amarillo que se concentran en la mácula del ojo.

Cada cápsula contiene 32,5 mg de vitamina C y 11 mg de vitamina E, nutrientes que contribuyen a la protección de las células frente al daño oxidativo; 2,5 mg de zinc y 975 µg de vitamina A, nutrientes que contribuyen al mantenimiento de la visión en condiciones normales.

- **INGREDIENTES**

Agente de carga (maltodextrina), estabilizante (hidroxipropilmetilcelulosa), luteína, 4Life Tri-Factor™ Formula (obtenido de calostro bovino (leche) y yema de huevo), ácido L-ascórbico, acetato de d-alfa tocoferil, zeaxantina, astaxantina, gluconato de zinc, extracto del fruto de arándano (*Vaccinium myrtillus* L.), alga en polvo (*Spirulina Turpin ex Gomont, 1893 (Spirulina platensis (Gomont) Geitler)*), bioflavonoides de limón, agua, antiaglomerante (ácido esteárico), extracto del fruto de grosellero negro (*Ribes nigrum* L.), extracto de la hoja de ginkgo (*Ginkgo biloba* L.), extracto del fruto de zarzamora (*Rubus fruticosus* L.), 6-palmitato de ascorbilo, palmitato de retinilo, betacaroteno, y antioxidante (ácido ascórbico).

- **MODO DE EMPLEO**

Tomar una (1) cápsula al día con 240 ml de líquido.

Consulte a su médico en caso de toma simultánea de anticoagulantes.

No exceder la dosis diaria recomendada. Los complementos alimenticios no deben utilizarse como sustituto de una dieta variada y equilibrada ni un estilo de vida sano.

**MANTENER FUERA DEL ALCANCE DE LOS NIÑOS.**

## **MALEPRO**

- **CARACTERÍSTICAS**

Complemento alimenticio. 90 cápsulas. Peso Neto: 91,8 g.

Factores de Transferencia combinados con otros nutrientes.

Cada cápsula contiene: 5 mg de zinc, nutriente que contribuye al mantenimiento de niveles normales de testosterona y a una fertilidad y reproducción; 66 µg de selenio, nutriente que contribuye al funcionamiento normal del sistema inmunitario y a la espermatogénesis normal; 33,3 mg de Factores de Transferencia provenientes del calostro bovino y de la yema de huevo de gallina. Incluye Sabal y Licopeno. Proporciona isoflavonas, extracto de brócoli y antioxidantes.

- **INGREDIENTES**

Aceite de oliva, gelatina, aceite de maíz, emulgente (glicerina), sabal (*Serenoa repens*), ortiga mayor (*Urtica dioica*), brócoli (*Brassica oleracea*), kudzu (*Pueraria lobata*), soja (*Glycine max*), estabilizador (cera de abeja amarilla), 4Life Transfer Factor™ (obtenido de calostro bovino (leche) y yema de huevo), agua, óxido de cinc, L-selenometionina, licopeno, y estabilizador (lecitina).

- **MODO DE EMPLEO**

Tomar una (1) cápsula al día con 240 ml de líquido.

Consulte a su médico y/o farmacéutico. Las personas hipotiroideas o bajo tratamiento de la tiroides deben consultar a su médico.

No exceder la dosis diaria recomendada. Los complementos alimenticios no deben utilizarse como sustituto de una dieta variada y equilibrada ni de un estilo de vida sano. MANTENER FUERA DEL ALCANCE DE LOS NIÑOS.

## **GLUTAMINE PRIME**

- **CARACTERÍSTICAS**

Complemento alimenticio. 120 cápsulas. Peso Neto: 77,64 g.

Combinación de calostro bovino y glutamina, un aminoácido.

Promueve la producción natural de glutatión, un antioxidante natural del cuerpo.

1.600 mg de L-Glutamina, 240 mg de L-Argnina, 160 mg de N-Acetil-L-Cisteína, 60 mg de Ácido Alfa-Lipóico y 20 mg de calostro bovino por ración diaria (4 cápsulas)

- **INGREDIENTES**

REDES DE MERCADEO Y RITUALES DE INTERACCIÓN. La empresa 4Life Research



L-glutamina, estabilizador: gelatina (cobertura de la cápsula), L-arginina, N-acetil-L-cisteína, antiaglomerante: celulosa microcristalina, ácido alfa-lipóico, estabilizador: agua, antiaglomerante: ácido esteárico, y calostro (leche).

- MODO DE EMPLEO

Tomar cuatro (4) cápsulas al día con 240 ml de líquido. Para mejores resultados, se recomienda tomar 2 cápsulas por la mañana y 2 por la noche.

No exceder la dosis diaria recomendada. Los complementos alimenticios no deben utilizarse como sustituto de una dieta variada y equilibrada ni un estilo de vida sano. MANTENER FUERA DEL ALCANCE DE LOS NIÑOS.

## **RIOVIDA STIX**

- CARACTERÍSTICAS

Complemento alimenticio con edulcorantes. Contiene 15 sobres. Peso Neto: 117 g.

Cada sobre contiene 600 mg de 4Life Transfer Factor Tri-Factor Formula.

Con polvo de açaí, arándano, manzana y uva.

Con sales minerales que ayudan a conseguir una adecuada hidratación durante la práctica de actividad física.

- INGREDIENTES

Fructosa, potenciador del sabor (ácido cítrico), sabor a uva, 4Life Tri-Factor™ Formula (obtenido de calostro bovino (leche) y yema de huevo), incrementador de volumen (goma arábica), sabor a granada-açaí, polvo de zanahoria (*Daucus carota*), polvo de manzana (*Malus domestica*), polvo de fruta de açaí (*Euterpe oleracea*), polvo de arándano (*Vaccinium myrtilloides* Michx.), sabor a baya de saúco, polvo de baya de saúco (*Sambucus nigra*), cloruro de sodio, cloruro de potasio, polvo de uva (*Vitis vinífera*) y edulcorante (sucralosa).

- MODO DE EMPLEO

Disolver un sobre en 240 ml de agua y agitar bien la mezcla hasta que se disuelva por completo. Un sobre al día.

MANTENER FUERA DEL ALCANCE DE LOS NIÑOS. Se aconseja no sobrepasar la dosis diaria recomendada. Este producto no se sustituye a una dieta variada y equilibrada y a un estilo de vida saludable.

## **BIOEFA**

- **CARACTERÍSTICAS**

Complemento alimenticio. 60 cápsulas. Peso Neto: 69,3 g.

Cada porción contiene: 1.030 mg de aceite de pescado; 266 mg de aceite de semilla de lino.

- **INGREDIENTES**

Aceite de pescado, gelatina, aceite de semilla de lino (*Linum usitatissimum*), agente de recubrimiento (glicerina), aceite de semilla de borraja (*Borago officinalis*), aceite de semilla de cártamo (*Carthamus tinctorius*), agua, conservante (extracto rico en tocoferoles).

- **MODO DE EMPLEO**

Tomar dos (2) cápsulas al día con 240ml de líquido.

## **INTENSIVE BODY LOTION**

- **CARACTERÍSTICAS**

La crema corporal enummi™ Intensive Body Lotion contiene ingredientes altamente humectantes que se absorben rápidamente y proporcionan suavidad e hidratación optima a tu piel. Con una relajante fragancia a hierba luisa tailandesa, esta loción hidrata la piel de toda la familia.

250 ml (8,5 fl oz)

- **INGREDIENTES**

Agua, aceite de semilla de *Carthamus tinctorius*, glicerina, aceite de semilla de *Helianthus annuus*, estearato de glicerilo, ácido esteárico, triglicérido

caprílico/cáprico/ácido mirístico/esteárico, fruto de *Butyrospermum parkii* (karité), alcohol cetílico, estearoil lactilato de sodio, extracto de *Hordeum distichon*, fenoxietanol, ciclopentasiloxano, caprilil glicol, trietanolamina, acetato de tocoferol, extracto de *Camelia sinensis*, dimeticona, calostro, carbomer, extracto de *Santalum álbum*, extracto de *Phellodendron amurense*, extracto de *Pterygosperma Moringa*, ciclohexasiloxano, fragancia, PEG-100 estearato, alantoína, sodio PCA, ácido sórbico, polvo de *Luteum ovi*, EDTA disódico, filtrado de fermento de raíz de rábano, gel de *Aloe barbadensis*, fosfolípidos, quaternium-15, metilparabeno, palmitato de retinilo y palmitato de ascorbilo.

- MODO DE EMPLEO

Aplica generosamente sobre tu piel cada día.

## SKIN CARE SYSTEM

- PROTECTIVE DAY MOISTURIZER

- CARACTERÍSTICAS

Crema hidratante de día con Transfer Factor E-XF™ con factor de protección solar 15 para todo tipo de pieles.

Mezcla vitaminas y otros nutrientes para mantener la elasticidad e hidratación de una piel suave y saludable.

50 ml (1,7 oz)

- INGREDIENTES

Agua purificada, metoxicinamato de etilhexilo, C12-15 alquil benzoato, dietilhexil carbonato, estearato de glicerilo, metoxidibenzoilmetano de butilo, butilenglicol, dimeticona, salicilato de etilhexilo, ciclopentasiloxano, cetil fosfato de potasio, gel de *Aloe barbadensis*, fenoxietanol, caprilil glicol, etilhexilglicerina, hexilenglicol, argilla, alcohol cetílico, goma xantana, calostro, polvo de *Luteum ovi*, extracto de *Camelia sinensis*, glicerina, extracto de semilla de *Moringa pterygosperma*, fosfolípidos, acetato de tocoferilo, palmitato de retinilo, palmitato de ascorbilo, EDTA tetrasódico, hidróxido de sodio, perfume, limoneno, lilial, linalool y lyral.

- MODO DE EMPLEO

Después de limpiar y tonificar, aplicar en la cara y cuello. Para mejores resultados utilizar todos los días.

- **LIFE C SERUM**

- CARACTERÍSTICAS

Combina vitamina C con otros extractos botánicos para ayudar a energizar la piel de aspecto cansado, mejorar su textura en general, ayudar a reducir la apariencia de manchas y defender la piel del estrés ambiental.

Contiene Transfer Factor E-XF™.

30 ml (1 oz)

- INGREDIENTES

Ciclopentasiloxano, polímero reticulado de dimeticona, ascorbato de tetrahexildecilo, aceite Olea europaea (de oliva), hoja de Olea europaea (olivo), acetato de tocoferilo, palmitato de retinilo, aceite de semilla de Helianthus annuus, calostro, polvo de Luteum ovi, aceite de cáscara de Citrus aurantium dulcis (naranja), hexilresorcinol y fenoxietanol.

- MODO DE EMPLEO

Después de limpiar y tonificar, aplicar con un masaje de movimientos circulares. Usar por la mañana y por la noche para conseguir resultados óptimos.

- **CREMA FACIAL REPARADORA DE NOCHE**

- CARACTERÍSTICAS

Destinada a todo tipo de pieles con el fin de ayudar a tu rostro a recuperarse del estrés del día. Contiene Aloe Vera, Vitaminas A y E y agentes de hidratación profunda para equilibrar y rejuvenecer. Los antioxidantes naturales proporcionan beneficios contra el envejecimiento, mientras que los ingredientes hidratantes dan un aspecto joven a la piel deshidratada.

50 ml (1,7 oz)

- INGREDIENTES

REDES DE MERCADEO Y RITUALES DE INTERACCIÓN. La empresa 4Life Research

Agua purificada, triglicérido caprílico/cáprico, glicerina, gel de Aloe Barbadensis, carbonato de dietilhexilo, polisorbato 20, palmitato de etilhexilo, fenoxietanol, calostro, poliisobuteno, carbómero, copolímero de acrilato de amonio/acrilamida, caprilil glicol, polvo de Luteum ovi, goma xantana, acetato de tocoferilo, ácido sórbico, extracto de Hordeum Distichon, extracto de Vigna aconitifolia, citrato de sodio, fragancia, pantenol, EDTA disódico, alantoína, xylitolglucósido, xilitol, extracto de Santalum album, extracto de Phellodendron amurense, hidróxido de sodio, anhidroxilitol, clorfenesina, metilparabeno y hialuronato de sodio.

- MODO DE EMPLEO

Después de limpiar y tonificar, aplicar en el rostro y el cuello. Para mejores resultados, usar cada noche. Para determinar la sensibilidad de tu piel, prueba una pequeña **cantidad en la parte interna del antebrazo antes del primer uso.**

- **RESTORING EYE CREAM**

- CARACTERÍSTICAS

Ofrece nutrientes antienvjecimiento para la delicada zona del contorno de los ojos. Mezcla completa de fosfolípidos, péptidos y antioxidantes para restaurar la humedad necesaria y mejorar la apariencia de líneas finas, arrugas, hinchazón y ojeras.

15 ml (0,5 oz)

- INGREDIENTES

Agua purificada, escualano, butilenglicol, alcohol cetearílico, estearato de glicerilo, estearato de PEG-100, C12C15 alquil benzoato, cetearil meticona, palmitato de etilhexilo, dimeticona, ciclopentasiloxano, alcohol behenílico, copolímero acrilóldimetiltaurato de amonio/ VP, Gossypium herbaceum (algodón), ciclohexasiloxano, tribehenin, fenoxietanol, ascorbato de tetrahexildecilo, lecitina hidrogenada, extracto de Camelia sinensis, caprilil glicol, fosfolípidos, glicerina, ácido linoléico, betaína, estero de Glycine soja, calostro, goma xantana, ceramida 2, PCA de sodio, dióxido de titanio, bisabolol, steareth-20, estero de semilla de colza PEG- 10, ácido sórbico, mica, extracto de Hordeum distichon, fragancia, dimetil sililato de silica, EDTA disódico, sorbitol, silica, polvo de Luteum ovi, hidróxido de sodio, extracto de corteza de Phellodendron amurense, extracto de Santalum album, serina, glicina, ácido

glutámico, alanina, N-hidroxisuccinimida, hialuronato de sodio, arginina, lisina, hexilénglicol, acetil hexapéptido-8, treonina, prolina, metilparabeno, palmitoíl oligopéptido, acetato de tocoferol, palmitato de retinilo, propilparabeno, crisina, palmitato de ascorbilo y palmitoíl tetrapéptido-7.

- MODO DE EMPLEO

Aplicar una pequeña cantidad sobre la yema del dedo y extender dando ligeros golpecitos en la piel del contorno del ojo. Usar por la mañana y por la noche para conseguir resultados óptimos.

- **GENTLE FACIAL CLEANSER**

- CARACTERÍSTICAS

Contiene extractos de plantas, emolientes naturales, vitaminas y antioxidantes que limpian las impurezas y restauran la hidratación de la piel. Formulado para todo tipo de pieles.

120 ml (4 oz)

- INGREDIENTES

Agua purificada, sulfato de alquilo de sodio C12-18, cocaminopropionato de sodio, lauramidopropil betaína, glicerina, PEG-20 sesquiestearato de metil glucósido, cloruro de sodio, pantenol, hexilénglicol, extracto de Aloe barbadensis, sodio PCA, myristamidopropyl betaína, extracto de semilla de Moringa pterygosperma, extracto de flor de Árnica montana, extracto de raíz de Arctium lappa, extracto de Chamomilla recutita, extracto de Symphytum officinale, extracto de Humulus lupulus, extracto de hoja de Equisetum arvense, extracto de Macrocystis pyrifera, extracto de Tilia cordata, extracto de raíz de Althaea officinalis, extracto de Achillea millefolium, caprilil glicol, fenoxietanol, chlorphenesin, ácido benzoico, ácido sórbico, EDTA disódico, fragancia y liliál.

- MODO DE EMPLEO

Aplica una pequeña cantidad en la mano o en una toallita. Masajea sobre todo el rostro y el cuello. Enjuaga con agua. Para mejores resultados, usar por la mañana y por la noche.

Como parte de cualquier programa de cuidado de la piel, 4Life recomienda el uso diario de un protector solar de índice 15 para proteger la piel de los rayos UVA y UVB.

- **REFRESHING TONER**

- **CARACTERÍSTICAS**

Tónico refrescante para cualquier tipo de piel. Contiene vitaminas, antioxidantes y otros emolientes vegetales que neutralizan impurezas superficiales y restauran el equilibrio necesario, dejando el rostro suave, fresco, iluminado y preparado para la hidratación.

120 ml (4 oz)

- **INGREDIENTES**

Agua purificada, Butilenglicol, 1, 2-hexanediol, caprilil glicol, metil glucet-20, glicerina, betaína, PCA de sodio, citrato de sodio, calostro, hialuronato de sodio, extracto de paeonia albiflora, extracto de jalea real, biotina, EDTA disódico, ácido cítrico y fenoxietanol.

- **MODO DE EMPLEO**

Vaporizar directamente en el rostro o con un algodón. Usa día y noche después de limpiar o en cualquier momento del día para obtener una renovadora sensación refrescante. Como parte de cualquier programa de cuidado de la piel, 4Life recomienda el uso diario de un protector solar de índice 15 para proteger la piel de los rayos UVA y UVB.